La televisión criolla

Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969

Mirta Varela

Ensayo edhasa

MIRTA VARELA

LA TELEVISIÓN CRIOLLA

DESDE SUS INICIOS HASTA LA LLEGADA DEL HOMBRE A LA LUNA 1951-1969

edhasa

Varela, Mirta
La televisión criolla : desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna (1951-1969) - 1a ed. - Buenos Aires : Edhasa, 2005.
302 p. ; 15x23 cm.

ISBN 950-9009-41-5

1. Historia de la Televisión Argentina I. Título
CDD 302.234 50982.

Diseño de colección: Jordi Sábat
Foto de cubierta: archivo *Todo es historia*
Realización de cubierta: Juan Balaguer

Primera edición: julio de 2005

© Mirta Varela, 2005
© Edhasa, 2005
Paraguay 824 6° piso, Buenos Aires
info@edhasa.com.ar

Avda. Diagonal, 519-521. 08029 Barcelona
E-mail: info@edhasa.es
http://www.edhasa.com

ISBN: 950-9009-41-5
Hecho el depósito que marca la ley 11.723

Queda rigurosamente prohibido, sin la autorización de los titulares del *Copyright*, bajo la sanción establecida en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo público.

Impreso por Cosmos Offset S.R.L.

Impreso en Argentina

Índice

Agradecimientos 9
Prólogo 13

Primera Parte

Capítulo 1. Los inicios 21
Capítulo 2. Recepción y vida cotidiana 47
Capítulo 3. Precariedad y experimentación 65
Capítulo 4. La televisión en plural 103

Segunda Parte

Capítulo 5. Modernización estética y de las costumbres 133
Capítulo 6. Excepciones 171
Capítulo 7. Una televisión para (el duro corazón de) los cultos 197
Capítulo 8. 1969: la historia en directo 227

Conclusiones 267
Fuentes 279
Bibliografía 285

Agradecimientos

En su origen, este libro fue mi Tesis de Doctorado en Letras de la Universidad de Buenos Aires. Llevó varios años de investigación, escritura y pasaje por distintas instancias de corrección y lectura, lo cual no garantiza la calidad de la información o de las interpretaciones en él contenidas, pero sí explica el lugar que ocupa en mi trayectoria personal e intelectual. Aunque el trabajo reflexivo sobre la televisión me ha hecho desconfiar de cualquier intromisión de lo personal en lo público, también creo que el conocimiento y las pasiones intelectuales, nunca están completamente desprovistos de otras pasiones. Escribir una Tesis, publicar un libro, permiten averiguar algunas pocas cosas sobre el mundo, pero innumerables acerca de uno mismo. En ese tránsito, son muchos los agradecimientos que atañen a uno y otro plano casi sin distinción. Beatriz Sarlo fue una interlocutora de lujo cada vez que la necesité durante el trabajo de Tesis y una lectora inteligente y generosa. Afirmar que Beatriz es brillante no resulta original, pero este libro también le debe una confianza en mi trabajo y una sutil contención que agradezco infinitamente. Jorge B. Rivera me brindó datos iniciales que sólo parecían estar en su memoria y que corroboré trabajosamente gracias a sus indicaciones. Él acompañó la presentación de la Tesis y me dejó un hueco enorme cuando se murió hace pocos días. Pablo Alabarces padeció los inicios de este libro y fue su primer lector y mayor entusiasta. Aníbal Ford compartió el primer proyecto para este trabajo, ya hace mucho tiempo. Eduardo Romano fue un lector implacable que supo acompañar sus críticas con excelentes asados. Mariano Mestman y Guillermo Mastrini leyeron distintas partes de este libro y realizaron comentarios valiosos y aportes minuciosos. Gonzalo Aguilar mostró un interés estimulante por mis intereses plebeyos. A mis compañeras de trabajo en la Cátedra de Teoría de los Medios y la Cultura en la Facultad de Filosofía y Letras y en distintos proyectos ligados a ella: Evangelina Margiolakis, Gabriela Rubinovich, Ana

Broitman, Laura Vázquez y Claudia Feld, les debo dosis industriales de paciencia. Me acompañaron durante mucho tiempo en lecturas erráticas e hipótesis tercas, sin hacerme sentir más que ocasionalmente que tal vez eran descabelladas. Los cientos de alumnos de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA (y particularmente aquellos que asombrosamente lograron destacarse en medio de la multitud) también ayudaron a afirmar y contrastar las hipótesis de este libro. A los compañeros de trabajo en la Carrera de Ciencias de la Comunicación les agradezco haber conseguido generar condiciones de valoración y estímulo en medio de tiempos difíciles para el lugar que compartimos. La búsqueda de información para esta investigación fue generalmente tediosa y me obligó a deambular por sitios extraños. Resultaría imposible enumerar las personas que facilitaron mi tarea en medio de contextos poco favorables, pero tanto en la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional, como en ATC, el Canal Volver, ARGENTORES, el Archivo Histórico Nacional, el Museo del Cine, la Asociación Argentina de Actores, hubo "ayudantes mágicos", a veces en medio de negativas institucionales frustrantes. Edgardo Borda, Carlos Gorostiza, y Jorge Rivera López aportaron documentos muy valiosos, además de su propia memoria. Gracias a José Nun, Fernando Fagnani leyó atentamente mi Tesis de maestría en el IDAES de la Universidad Nacional de General San Martín que se encuentra parcialmente incluida en la primera parte de este libro. Fernando tuvo la audacia de querer leer también la Tesis de Doctorado y vio en ellas este libro. En términos más personales, la escritura de este libro coincidió con un tiempo en el que debo agradecer enormemente el humor y la inteligencia de Graciela Brodsky. Sin su fina ironía creo que nunca me hubiera atrevido a escribir los pasajes sobre peinados femeninos de los sesenta que, por otra parte, fueron las páginas que más disfruté escribir. Mis amigas de toda la vida Patricia Moraga, Gladys Barreyro, Élida Retamozo y Laura Bianchi fueron un sostén indispensable. Hubo días que cuidaron de mis hijos y soportaron llamados de auxilio desesperados, dignos de figurar en la peor de las telenovelas. A Fernando Varela López debo agradecerle ser el hermano que hubiera elegido. A Santiago y Agustín este libro les robó muchas horas madre –probablemente muchas más de las deseables– y les ocupó el televisor durante tardes interminables con inverosímiles programas en blanco y negro. A pesar de ello, me regalan su alegría, inteligencia y belleza infinitas, sin dejar de

sorprenderme con sus adolescentes demostraciones de cariño y con la pasión compartida por la lectura y la escritura. Es difícil evitar el costado cursi de los agradecimientos, algo completamente coherente con la materia de este libro. Espero que las próximas páginas consigan, sin embargo, otro tono.

Prólogo

¿Por qué interesarse por la historia de la televisión argentina? Las respuestas a esta pregunta no surgen espontáneamente si no existe intención de rescate nostálgico. La televisión formó parte de las utopías técnicas que desde principios del siglo XX auguraban maravillosos deslumbramientos. Era un futuro próximo que la Argentina expansiva y modernizadora de entonces creía tener al alcance de la mano. En 1951 se realiza la primera emisión pública de Canal 7 y la prensa trata el comienzo de la televisión como una suerte de trauma nacional: no sólo había llegado después que en Estados Unidos o Inglaterra, también lo hace más tarde que México, Brasil y Cuba. A pesar de que el retraso resulta muy dudoso si se considera que la Argentina es el octavo país del mundo en contar con un sistema de televisión, se deja entrever que la demora debiera ser considerada un escándalo. La televisión, inaugurada sin pena ni gloria con la transmisión de un acto del gobierno peronista, seguido de un partido de fútbol y de innumerables conciertos y ballets oficiales, venía a descolocar a la Argentina respecto de la nación que creía ser. La decepción que se trasluce en este comienzo sólo puede ser interpretada en el marco de una historia de expectativas puestas en la relación entre técnica, cultura y nación que había caracterizado la cultura argentina hasta entonces.

Dos décadas después, sin embargo, la televisión imponía sus propias imágenes: los acontecimientos históricos, la moda, los cuerpos de la política y los tics lingüísticos parecían emerger de su pantalla. El arco que se dibuja desde la televisación de Perón y Evita el 17 de octubre de 1951 en Plaza de Mayo, a la transmisión satelital realizada desde la Luna por la televisión norteamericana, permite trazar un recorrido que va de lo nacional a lo global a través de los medios de comunicación. Sin embargo, en 1969, la televisión también registra las imágenes del Cordobazo y con ellas, una

representación audiovisual de las masas a nivel nacional completamente distinta de los planos cinematográficos de los *Sucesos Argentinos* de la década del cincuenta.

Entre 1951 y 1969 se produce un pasaje de la *tele-visión al televisor*, es decir de las utopías de transmisión de imágenes a distancia (cuyo símbolo recurrente sería la antena transmisora o tele-transmisora) al electrodoméstico que aún no tenía un espacio propio en el hogar. Son dos aspectos de la técnica que corresponden a representaciones imaginarias totalmente diferentes. La "tele-visión" formaba parte del *continuum* del telé-grafo, el teléfono y la radio, lo cual permitía proyectar un futuro de avances técnicos ilimitados que vendrían a solucionar no sólo los problemas que presentaban las tecnologías precedentes, sino los de la humanidad toda. Se trata de una perspectiva utópica que trasluce los resabios de un momento heroico de la relación entre técnica y sociedad a principios del siglo XX en el que muchas tecnologías efectivamente consiguieron una rápida expansión transformando radicalmente la vida en la ciudad, el transporte, las comunicaciones, el trabajo y el ocio, provocando, en consecuencia, alteraciones significativas en las relaciones sociales más elementales. El interés en la tele-visión estaba asociado a la posibilidad técnica de transmisión y recepción de señales y era el punto de contacto entre las creencias populares y las concreciones científicas. El televisor, en cambio, es lo que queda de esas proyecciones maravillosas una vez que se concretan. Apenas un electrodoméstico, generalmente comprado en cuotas, en el que se podían ver borrosamente unas pocas horas de programación de dudosa calidad.

Los aspectos materiales de la cultura argentina de las primeras décadas del siglo XX, durante las cuales se proyecta imaginariamente la "tele-visión", han merecido justificada atención por parte de los historiadores ya que se trata de un momento expansivo para una sociedad que pretendía formar parte del mundo contemporáneo, aunque contara con un territorio que la geografía había condenado a la excentricidad. Y aun cuando los sectores populares accedieron con recursos culturales propios y con una alfabetización generalizada a la modernización técnica de vanguardia, el proceso fue efímero. Este libro aborda un tiempo histórico de inflexión, a través de la reconstrucción de un medio de comunicación que surge en el momento en que los índices de producción y consumo de la "industria" de la cultura habían iniciado su curva descendente. La televisión representará un punto de quiebre para las con-

tradictorias ilusiones de generar una industria de la cultura con características locales. Durante la década del cuarenta, el consumo de bienes culturales había alcanzado en la Argentina sus marcas cuantitativas más altas: nunca se volverían a producir tantas películas, ni a imprimir tantas revistas, ni a vender tantas entradas de asistencia a espectáculos. La conjunción de condiciones internacionales favorables frente a una "industria" que había desarrollado características propias, y que contaba con un público amplio para las lecturas y espectáculos populares, han convertido esa década en el paradigma de lo que podríamos llamar una "pop *culture* criolla". Sin embargo, no fue el crecimiento de la cultura letrada preexistente lo que caracterizó esa expansión, sino una transformación radical que ponía en cuestión las categorías e instituciones que habían funcionado hasta entonces. Frente a las dificultades que parecen presentarse para los "autores nacionales" y la "alta cultura", el cine y mediante la radio, el tango y otros géneros musicales populares, construyeron un público y un verdadero *star system* local.

Los televisores llegan en el momento en que se comienza a percibir un límite para ese crecimiento que parecía sostenido. La televisión exigía nuevos saberes que no siempre favorecían a los mismos sectores sociales que habían formado parte de los cambios culturales de las primeras décadas. La movilidad social obtenida a través del acceso a otra cultura y la presencia de agentes mediadores entre una y otra zona del campo cultural –periodistas, editores, libreros o productores de cine– son rasgos característicos de la sociedad argentina hasta entonces. La incorporación de la televisión, en cambio, coincide con un momento "bisagra" en el que se estaban produciendo desplazamientos estructurales en el país y, simultáneamente, fuertes transformaciones en la cultura de masas a escala mundial. La finalización de este período coincide con un acontecimiento culminante de la construcción de una audiencia global, que no hace más que anunciar los rasgos más salientes de las relaciones entre cultura y sociedad de las décadas siguientes y el estallido fragmentario de públicos que se aproximaba.

La apropiación de la televisión por parte de la sociedad argentina demora casi veinte años e incluye dos etapas bien diferenciadas entre sí, tanto desde el punto de vista de la historia del medio como del contexto histórico político de la Argentina. Los diez primeros años (1951-1960) se recortan con facilidad como un período aislado para la televisión, aunque en la historia argentina se trata de una década partida al medio por la Revolución

Libertadora. Podría pensarse como una etapa de "los primitivos" de la televisión, de gran precariedad de producción, donde se encuentra en superficie la condición técnica y el interés estético que un nuevo medio ofrecía para algunos pocos, frente al desinterés que aún presentaba para el gran público.

La segunda década coincide, en cambio, con lo que elegimos llamar el pasaje *del televisor a la televisión* y con ello a la existencia de un verdadero medio de comunicación de masas. Ya no se trata de la "tele-visión" como denominaban las revistas de divulgación técnica a la transmisión de imágenes a distancia, sino de la "televisión", un medio, un espectáculo, una audiencia y fundamentalmente, un lenguaje. Si el "televisor" suponía todavía el interés técnico por el aparato y su forma de recepción o el status que aportaba a sus propietarios en tanto forma de distinción social, la televisión permite encontrarle una función y una forma social específica a la invención técnica. Por otra parte, desde el punto de vista del público, la definición y consolidación de un tipo de programación coincide con el pasaje de una recepción ritual, demarcada de la rutina diaria, a la ritualidad propia de la vida cotidiana. El horario reducido de la programación de Canal 7 y la escasez de televisores, convertían la recepción televisiva en un verdadero ritual. Se "iba a ver televisión" como una práctica más parecida a ir al cine que a escuchar la radio. Por el contrario, a medida que la televisión adquiere mayor relevancia social, el acto de ver televisión se banaliza, deja de ser un acontecimiento marcado, para superponerse con las demás rutinas domésticas. La incorporación de la televisión a la vida cotidiana y la consecución de un cuerpo de imágenes propias supuso la construcción de un dispositivo específico: el flujo de imágenes permanente, aquello que de un extraño modo vuelve a la televisión más parecida a la corriente eléctrica que a un espectáculo brillante. En cierta forma, todo el libro está orientado a mostrar cómo y con qué materiales se construyó ese dispositivo en el caso de la televisión argentina. Si bien no se trata de un proceso enteramente singular, tampoco puede ser interpretado a partir de su asimilación rápida a otras historias nacionales. Por otra parte, una Historia de la cultura argentina de ese período, difícilmente pueda dejar este aspecto de lado. Se trata de dos décadas de profundos cambios que tal vez contengan algunas claves para la comprensión de la historia argentina contemporánea.

Los comienzos de la televisión no presentan el brillo que el inicio de otros medios auguraba durante las décadas previas. Sin embargo, su interés

radica allí donde parece fracasar. Su precariedad inicial, completamente contradictoria con las exigencias de un medio de comunicación de masas, convierten los primeros tiempos de Canal 7 en un espacio permeable a la experimentación de jóvenes autores, directores y actores provenientes del teatro independiente o ajenas al circuito de los medios de masas. Frente a las experiencias iniciales de los cincuenta, la televisión de la década siguiente intentó convertirse en un gran espectáculo. Se consolida a partir de un crecimiento sostenido de audiencia, consigue una amplia cobertura territorial mediante la apertura de canales en el interior del país, expande su horario de transmisión y transforma su grilla de programación que registra las huellas de la competencia entre los canales. Es recién entonces cuando se puede pensar la televisión como un medio *masivo* de comunicación. Desde el punto de vista estético, los resabios de la cultura popular de los cuarenta entraron en contacto con un intento de modernización que produjo híbridos extravagantes. Circularon por la televisión gauchos de lamé y un pop visual en blanco y negro en el mismo momento en que tenían lugar movimientos de vanguardia estética y política en el país. Por otra parte, la pretensión de generar una industria de la cultura con rasgos nacionales no se resignó sin librar una dura batalla. Se trata de una época signada por la tendencia hacia la internacionalización en todos los planos. A fines de los años sesenta se había conseguido con éxito la imposición de una literatura "latinoamericana" en el mercado mundial, pero paradójicamente la Argentina no podía disponer de sus propias transmisiones satelitales. Los medios de comunicación tendían cada vez más a los mercados globales, pero la Argentina no podía participar de ellos. La televisión parece quedar atrapada a mitad de camino entre su tendencia expansiva y su limitada capacidad de producción y circulación. Ya no resultaba ideológicamente apta para las experiencias innovadoras que pasarían por otros medios, ni económicamente interesante para una industria que había elegido otros destinos.[1]

Nota

[1] La organización del libro sigue parcialmente la reconstrucción cronológica. No se trata de un relato, sino de una sucesión de fragmentos que tienen la pretensión de condensar los núcleos más significativos de esa historia. Esto se debe, en parte, a la escasez de

fuentes que habiliten esa reconstrucción y a las dificultades metodológicas que ello acarrea, pero también a las características del objeto tal como podemos construirlo desde la teoría cultural: fragmentario e inacabado por definición. La ausencia de trabajos de investigación que aborden el tema también ha sido un obstáculo inicial. La bibliografía existente se reduce casi exclusivamente a trabajos panorámicos (Noguer, 1985), de corte periodístico (Sirvén, 1988) o de divulgación (Silvio, 1971), información sobre la programación (Santos Hernando, 1977; Ulanovsky, Itkin y Sirvén, 1999), biografías o entrevistas a figuras salientes del medio (Horvath, 1979; Mazziotti, 1993; Buero, 1998, Sirvén, 1996) estudios sobre un género en particular (Mazziotti, 1993; Steimberg, 1994) o, más recientemente, la historia de un canal (Mindez, 2001), algo que sólo había sido abordado previamente como proyecto institucional (Proartel, 1969). Las "historias" de la televisión escritas hasta el momento, si bien han sistematizado información dispersa que resulta muy útil, particularmente en el caso de Nielsen (2001) carecen de cualquier preocupación metodológica y no van mucho más allá del anecdotario. No existe ningún trabajo que se haya propuesto encarar una historia de la televisión como parte de la historia de la cultura del período y sólo en el trabajo de Pujol (2002) se incluye la televisión como un capítulo necesario para el análisis de la cultura de la década del sesenta. Por otra parte, la primera década de la televisión, ha sido dejada de lado en la mayor parte de los trabajos sobre el tema en el país. De manera que tuve que trabajar en forma relativamente exploratoria.

Primera Parte

Capítulo 1

Los inicios

Cuando en 1951 comienzan las transmisiones regulares en la Argentina, hacía por lo menos tres décadas que la televisión era motivo de preocupación entre los radioaficionados y amantes de las novedades técnicas. Mientras se incorporaba y expandía la radio –durante los años veinte y treinta– se desató una pasión desenfrenada por la invención entre cuyas anticipaciones imaginarias la televisión ya ocupaba un lugar destacado. En el mundo de la electricidad y la radio se siguieron los resultados de las pruebas experimentales de transmisión a distancia con gran atención y, aun en los medios no especializados, se hablaba de las mismas con la naturalidad de un hecho próximo a la vida cotidiana. Eran tiempos en los que proliferaban las revistas de divulgación popular que difundían novedades de aplicación inmediata con promesas de ganancias cuantiosas: un mundo a la medida de los personajes de Roberto Arlt, siempre dispuestos a apostar su futuro a proyectos extravagantes y desmesurados. Sin embargo, si la concreción de los sueños técnicos siempre supone una cuota de desencanto, la modernización "criolla" no dejaba de sumar sus propios obstáculos. Era frecuente que entre el invento imaginado y su puesta en marcha se produjera una brecha como resultado del reemplazo de los elementos originales por materiales reciclados o adaptados precariamente, con habilidades propias de *bricoleur* (Sarlo, 1992). A pesar de las dificultades visibles de esta falla material, la técnica presentaba una ventaja comparativa para aquellos que eran portadores de un saber hacer manual del que carecían los intelectuales contemporáneos. Se trata de un momento efímero de la cultura del siglo XX, en el cual los sectores populares pueden combinar en forma provechosa los saberes provenientes de su propia cultura –un cierto saber hacer manual:

los "saberes del pobre"– con lo aprendido en la escuela a la que acceden masivamente, y las ideas que circulaban por las publicaciones de divulgación científica. No se trata –como en otros momentos– del consumo de productos hegemónicos, marginales o arcaicos, sino del acceso a las tecnologías comunicativas de vanguardia. La dificultad –y el gusto– por suplir la diferencia entre los materiales originales y sus sustitutos "hechos en casa" develaban la huella popular en el artilugio técnico pero también evidenciaban que había un modo en que los pobres podían ser modernos. Por analogía, la idea de lograr una "Argentina moderna" por esa vía, podía parecer un sueño marginal y periférico, pero había un lugar donde ese sueño tenía cabida.

Las referencias a una prehistoria de la televisión que desarrollaremos a continuación resultan indispensables para interpretar el sentido de los discursos producidos a partir de las primeras emisiones de Canal 7, discursos construidos sobre el fondo de esa historia de representación técnica en la Argentina.[1]

Anticipaciones técnicas

Beatriz Sarlo (1992) se pregunta "por qué los diarios y revistas insisten, en la última mitad de los años veinte, con el tema de la transmisión sin hilos, de imágenes a distancia". A juzgar por las noticias, señala, la televisión ya era un hecho: "'La televisión es una maravillosa realidad' titula *Crítica* en 1928". A ello podemos agregar innumerables notas de *Caras y Caretas* donde se habla de la televisión con total naturalidad y como una tecnología que será incorporada a la vida cotidiana en breve:

> LA RADIO-VISIÓN
>
> La transmisión por radio, es decir, sin hilos de la visión, es decir, la televisión o visión a distancia, parece ser ya un hecho. Habiéndose realizado pruebas de ella con un resultado muy satisfactorio, y se profetiza que dentro de poco podrá verse, por ejemplo, un partido de football a más de mil kilómetros. Tan dentro de poco que no faltan revistas norteamericanas que lo anuncian para dentro de dos a tres años a lo sumo. Y lo más notable de este invento es que el aparato receptor –que ha de ser el complemento del de Radiotelefo-

> nía, no es ni voluminoso ni de complicado manejo: más bien sencillo; está provisto de una tapa de cristal esmerilado de unos doce a quince centímetros en la cual se irá reflejando como en la de la cámara fotográfica todo el paisaje con sus personajes en sus menores movimientos, al igual que se ve en una película cinematográfica. Si puede obtenerse una reproducción fotográfica de la imagen móvil o, mejor dicho, de la serie de imágenes móviles que van sucediéndose en el cristal esmerilado, no cabe duda que el invento de la transmisión de foto por hilo telefónico habrá perdido no poca importancia: los periódicos podrán, sin enviar sus redactores fotográficos al lugar de un espectáculo cualquiera: partido de juego deportivo, función teatral, etc., reproducir los momentos más interesantes para satisfacción de la curiosidad de sus lectores. (*Caras y Caretas*, 27 de noviembre de 1924).

La denominación de "radio-visión" y la insistencia en los problemas de nominación que ofrece el aparato descripto ("transmisión por radio, es decir, sin hilos de la visión, es decir, la televisión o visión a distancia"), que en otras notas será llamada "visiotelefonía" y "radio-cinema", pone en evidencia la necesidad de asimilar el nuevo invento a los anteriores con los que formaría un *continuum* (fotografía-cine-radio-televisión), pero también la falta de claridad respecto del funcionamiento y las aplicaciones de dicho invento. En otra nota de la misma publicación, de julio de 1929, se explican las diferencias entre los sistemas de televisión, radio-cinema, radio-difusión y fonógrafo.

Al mismo tiempo que se produce esta indefinición, resulta notable la cercanía cotidiana con la que se piensa la televisión en 1924. No se trata de un invento con aplicaciones lejanas, sino de instalación inmediata entre los hábitos culturales preexistentes y ligados a la radio. La insistencia en las transmisiones deportivas –especialmente futbolísticas– es recurrente. Y el objeto mismo se piensa como "sencillo" y "de fácil manejo". El modo en que se explican las modificaciones que produciría la televisión en términos de producción periodística también es remarcable: ya no serán necesarios los reporteros y las tecnologías de comunicación formarán un sistema donde el desarrollo de una modifica a las demás o las vuelve obsoletas. En otro artículo –también de *Caras y Caretas*– se anuncian transmisiones públicas

de televisión para diez años después, como punto de llegada de una serie progresiva de inventos y pruebas de otros medios afines:

> Tres cosas serán necesarias antes de que la televisión pueda ser considerada como servicio público. La primera es la transmisión de fotografías por radio, que ya casi se ha obtenido; la segunda es la transmisión de facsímiles de cartas, y la tercera la transmisión de películas.

Aquí la técnica forma parte de una evolución unilineal que es perfectamente coherente con ese clima de optimismo frente al progreso técnico. La televisión se presenta como complemento del teléfono y por lo tanto como un sistema interactivo "en que las personas que hablan por teléfono de un lado al otro del Atlántico puedan observar sus movimientos". También la radio había sido imaginada de ese modo por los radioaficionados. Esta indefinición se mantendrá hasta que resulte evidente que el sistema adoptado en otros países es el de la *broadcasting* y no el de la telefónica. Los aspectos comerciales no se pondrán en discusión hasta muchos años después, cuando efectivamente resulten posibles las transmisiones. Entretanto, dos factores resultarán decisivos para la postergación: uno de índole técnica y otro político-económico.

A pesar de que la televisión era mostrada como un invento logrado, había varios factores técnicos que no estaban resueltos aún y que darían lugar a innumerables pruebas en los años subsiguientes. La pantalla pequeña que se describe en la nota citada, no era un obstáculo fácil de solucionar. La clave fue el pasaje del sistema mecánico al electrónico[2] tema acerca del cual insistirán las revistas de divulgación.[3] El otro factor que incidirá en forma determinante sobre la factibilidad comercial del nuevo invento, será la Segunda Guerra Mundial. Hasta ese momento, la televisión había logrado el tipo de funcionamiento que le permitía acceder a una distribución comercial, sin embargo, la guerra pospone este desarrollo y aun en aquellos países que habían instalado un servicio regular, éste no llega a adquirir dimensiones verdaderamente masivas hasta después de finalizada la misma. El caso norteamericano es paradigmático por el desarrollo que adquiere *a posteriori*. Si bien las transmisiones públicas comienzan en 1938, su expansión masiva no se produce hasta después de terminada la guerra y llegaría a

consolidarse en la década del cincuenta (lo cual reafirmaría la hipótesis del retraso con que se expande la televisión en el país ya que ese fenómeno recién se daría a comienzos de los años sesenta).[4]

Durante las décadas del veinte y del treinta, mientras se imaginaba la televisión en el horizonte de la vida cotidiana, continuaba funcionando el modelo del "pionero". Las revistas anunciaban pruebas experimentales en otros países, pero también en Buenos Aires. *Caras y Caretas,* en julio de 1929, informaba acerca de "ingenieros de una sociedad londinense [que] se encuentran actualmente en la capital alemana donde acaban de instalar, en la estación radiodifusora de Voxhaus, un estudio de televisión". Ese mismo año, en la Exposición Internacional de Radiotelefonía en Buenos Aires se hicieron demostraciones con un aparato construido por Duclout, que produjo admiración y decepción al mismo tiempo, por su pequeñez e imperfección. A propósito, Sarlo señala:

> Lo que Duclout construye es un ícono tecnológico, no una máquina a la que pueda exigírsele un rendimiento equivalente al de los miles de aparatos de radio que existían en Buenos Aires. Frente a la eficacia relativamente sencilla de la radio (para la que es suficiente un tallercito barrial y las condiciones del habilidoso imaginativo) y frente a la perfección del cine que, por su costo aunque no necesariamente por su dificultad técnica, expulsa al aficionado y lo convierte en público, la televisión no es ni lo uno ni lo otro. Pero los sintetiza en el futuro: une los dos milagros en uno solo, el de la imagen a distancia, el de la duplicación visual.[5]

Ignacio Gómez repetirá en 1931 experiencias similares: transmisión de imágenes inanimadas de fotografías, dibujos y, en ocasiones, de personas. A juzgar por las fotografías que reproducen los diarios (enormes aparatos con una pantalla ínfima) la decepción debe haber sido similar.

Pocos años después, estos problemas serán solucionados (en otros países y no precisamente por aficionados). En 1933 *El Electrotécnico* se interesa por "El estado actual de la técnica de la televisión" (N° 221) e informa que "Berlín cuenta con transmisiones diarias de televisión" (N° 227). *Radio Magazine* seguirá en todos sus números de 1936 los comienzos de las transmisiones públicas de Londres: "A propósito de las experiencias públicas de

televisión", titula en su número de agosto. Y en octubre de ese mismo año "La transmisión de televisión desde el Alexandra Palace de Londres", para brindar en diciembre "Detalles de las transmisiones de la estación de Televisión de la BBC desde el Alexandra Palace".

Las revistas de divulgación anunciaban conferencias ("La televisión" por el Sr. Ángel A. Perrone en el Instituto Popular de Conferencias, por ejemplo) o libros sobre el tema (*Televisión. La base física y el desarrollo de la radiovisión,* editado en italiano en 1931 por G. Castelfranchi; *Manual de televisión* de J. A. Duclout, 1947; *Televisión* de Singer, y *Televisión* de Lionel George Dwight). La circulación de estas publicaciones da cuenta de la existencia de un público formado por la radio que todavía creía en la posibilidad de repetir un tipo de apropiación similar respecto de la televisión. Lo mismo puede decirse de la creación del Centro Argentino de Televisión, o del Instituto Experimental de Televisión en 1938, que realizó las primeras exhibiciones colectivas dirigidas por el Ingeniero Eduardo Grinberg el 31 de marzo de 1944. El empresario Martin Tow obtuvo la primera licencia para explotar un canal de TV en la década del cuarenta. En 1950 se emitió el "teleteatro científico *El piloto*" durante unas Jornadas de exhibición organizadas por la empresa General Electric y la agencia publicitaria Grant en un Congreso Médico patrocinado por el laboratorio Squibb. En un episodio del noticiero cinematográfico *Sucesos argentinos*, puede verse esa "primera televisación artística en la Argentina", de carácter experimental. La misma es presentada mediante un cartel, sostenido por una joven en malla de quien se enfocan particularmente las piernas. Los cuadros elegidos para la emisión combinan la presencia de un locutor radial popular –Carlos Alberto Ginés– los números de variedades –folklore y música española– con imágenes de baile y la presentación del "campeón mundial de billar Pedro Leopoldo Carreras haciendo sus famosas carambolas de fantasía". A pesar de que el locutor en *off* insiste en anunciar la importancia de la televisión para la transmisión de "escenas artísticas", "experiencias científicas", "sucesos deportivos", "reportajes", etcétera, lo que se muestra dista de impresionar como un evento original. Pero lo más decepcionante proviene, sin duda, de las imágenes donde se ve al público en la sala acondicionada para la recepción. Se trata de un salón repleto de gente sentada frente a un televisor colocado sobre un mueble muy alto, con una pantalla muy pequeña que emite imágenes oscilantes con rayas negras que la atraviesan.

El locutor del noticiero aclara que esa imperfección técnica proviene de un asincronismo que será solucionado cuando se realicen transmisiones en forma directa. Mientras tanto, en esas condiciones, la televisión no podía sino producir decepción a un público habituado a las imágenes cinematográficas.

En síntesis, la historia de la televisión no fue lineal –como seguramente la de ningún medio– y efectivamente se realizaron intentos por repetir caminos preexistentes. Sin embargo, el modelo del pionero que tanta ensoñación había producido en el caso de la radio, no podrá repetirse con la televisión. Enrique Susini, uno de los responsables de las míticas transmisiones radiales desde el Teatro Coliseo en 1920 –que junto a César Guerrico y Luis Romero Carranza (quien también había participado de aquel hecho) funda Lumiton, la productora de cine sonoro, en 1933– será nombrado director artístico de Canal 7 en 1951. Aunque el nombre de Susini se repita, el lugar que ocupa en cada hecho varía sustancialmente: si la radio y el cine argentinos se habían iniciado como producto del interés personal y de la apuesta empresarial de jóvenes de clase media alta, la televisión requerirá otro tipo de emprendimiento.

La historia de la invención técnica de la televisión tal como se dirime en Gran Bretaña y particularmente en los Estados Unidos tampoco permite sospechar relatos románticos con héroes herederos de Tomas A. Edison. En la imaginación popular, la radio puede ser atribuida a Guglielmo Marconi y el teléfono a Alexander Graham Bell, pero la televisión, en cambio, no se presenta asociada a un nombre heroico. Si bien en Gran Bretaña, John Logie Baird es presentado como el "inventor oficial" de la televisión con todas las características biográficas necesarias para el arquetipo (pobreza, enfermedad, fracasos iniciales)[6] en el momento en que realiza las primeras pruebas relativamente exitosas desde la BBC en 1926, la AT&T, la General Electric y la Westinghouse responden en 1927 con diversas demostraciones públicas de su participación en los desarrollos técnicos de la TV. Se trata de una historia claramente parcial donde el "escocés" Baird se convierte en representante británico en un momento en que los relatos bélicos exigían la exaltación de las identidades nacionales y donde el sistema elegido por Gran Bretaña para la radio permitía asociar la incorporación de la televisión a la consecución de logros nacionales. En Estados Unidos, en cambio, los nombres asociados al desarrollo

de la televisión se encuentran ligados a las empresas de las que forman parte. Los "inventores", antes que actores, son víctimas de un proceso en el cual pierden patentes o son utilizados para detener las investigaciones de compañías rivales. No es casual que uno de los nombres más importantes del desarrollo de la televisión en Estados Unidos, David Sarnoff, no fuera un inventor, sino un ejecutivo de la RCA. La batalla por la concreción técnica de la televisión no consistía en una lucha por el conocimiento y el progreso sino en una disputa de intereses entre la Westinghouse, la General Electric y la RCA.[7] Sin embargo, serán esas mismas compañías las que lleven adelante los emprendimientos de las cadenas de televisión en Estados Unidos, de manera que, aunque desaparezca la figura mítica del inventor que lleva a la práctica su propio invento y consigue con ello cuantiosas fortunas, no desaparece la relación entre "progreso técnico" y "nación". Sólo se ve modificada. En la Argentina, pese a los intentos del gobierno peronista por apropiarse de la inauguración de la televisión, esa relación había sido quebrada.

El modo de acceso al televisor también diferirá radicalmente de los modos de apropiación de los aparatos de radio en un arco que podríamos sintetizar en lo que va del tallercito para el armado casero, al electrodoméstico comprado en cuotas. Lo cual no significa que no haya habido intentos de construcción casera de aparatos receptores,[8] pero no podemos hablar en ningún caso de una moda o una fiebre de este tipo de construcción. En el caso de la televisión –como también había ocurrido con el cine– resulta económicamente inviable popularizar su construcción casera, a la vez que se profundiza la brecha entre saber y concreción práctica. Pero además desaparece la posibilidad con la que se soñaba todavía en los veinte acerca de una televisión emisora-receptora, que había sido una de las claves iniciales del desarrollo de la radio y de uno de sus protagonistas (el radioaficionado). La televisión producirá, como el cine, un público. Pero no en el espacio público urbano sino en la privacidad del "hogar".

La televisión en la década del treinta es una promesa que activa la imaginación de hechos prodigiosos. Los relatos evitan engorrosos aprendizajes o pasos intermedios de la concreción técnica y describen, en cambio, sus usos cotidianos. Sin embargo, la televisión todavía puede producir en 1950, todos los sentidos del asombro y lo maravilloso:

> Buenos Aires vive momentos de asombro. La televisión ha llegado al público con su magia que todo lo acerca, que es capaz de transportar la imagen y la voz a través de las distancias, a través de los obstáculos –el cemento, el hierro, la piedra y la cal– y ponerlas ante los ojos del espectador que de esa manera tiene acceso a la intimidad de un lugar casi inaccesible. He aquí la maravilla, una maravilla pacífica, una de las conquistas más laboriosamente logradas por el progreso. No puede el hombre común asomarse a ella sin sentirse vivamente impresionado. Es la suya la impresión que le provocó en el pasado el vuelo de Catáneo, la hazaña olvidada de Petirosi cuando se metía con su débil avioneta por la Avenida de Mayo; Icaro [...][9]

Durante la década del cuarenta, cuando ya se están instalando servicios públicos y canales comerciales en otros países,[10] algunas revistas técnicas siguen el ritmo de las innovaciones obviando el hecho de que en la Argentina todavía no se ve televisión. De esta forma, en *Mundo Técnico* de marzo de 1945, se informa acerca del sistema de televisión en relieve y en colores y se muestra una foto de "John Logie Baird junto al último receptor para televisión que ha construido y que reproduce imágenes en colores y en relieve". En el número de abril, de la misma revista, aparece un estudio de los "Adelantos en televisión" donde el eje es el color. Las publicaciones técnicas dan cuenta cabal e interesadamente de ese intento por seguir al día y llegar por la vía técnica a la televisión en la Argentina y los experimentos con novedades técnicas, por supuesto, no desaparecen completamente. Jorge Duclout realiza en 1953 el documental *Buenos Aires en relieve*, para el que utiliza una técnica de filmación en relieve y color. Se trata de imágenes aéreas de la ciudad de Buenos Aires, "la capital de una gran nación" donde "vive y prospera un pueblo feliz", según señala el locutor en *off*. Se suceden las imágenes de las obras arquitectónicas más típicas del peronismo, entre las cuales se destaca la antena de televisión.[11] El gigantismo de la antena vuelve impotentes los intentos caseros realizados en talleres de *bricolage*. De allí que, cuando la Argentina acceda al "nuevo" invento, deberá hacerlo por otro camino.

El impacto inicial

La primera transmisión pública de Canal 7 de Buenos Aires, dependiente de LR3 Radio Belgrano, se realiza el 17 de octubre de 1951, con motivo del acto del Día de la Lealtad. Jaime Yankelevich, entonces director de Radio Belgrano, había viajado a Estados Unidos para comprar los equipos Standard Electric que se usarían en el primer canal de televisión del país. También había ingresado una cifra que oscila, según las fuentes, entre 400 y 5.000 aparatos receptores Standard Electric y Capehart, que sólo en una ínfima proporción se encontraban instalados en los hogares porteños. Las vidrieras eran su espacio privilegiado y lo serían aún por un buen tiempo.

Los diarios y las revistas de esos días apenas registran la aparición del nuevo medio.[12] El hecho histórico es el Día de la Lealtad, la reaparición de Evita en público luego de un período de reposo, la multitud en la calle. La transmisión televisiva *agrega, reafirma, viene a contribuir*;[13] no es más que un detalle, un dato que ratifica el hecho de que la Argentina estaba entre los primeros países del mundo. "La Televisión se asociará Mañana a la Magna Fiesta Cívica del País", tituló *Crítica* el 16 de octubre.

En los anticipos de los días previos a la transmisión y en los comentarios inmediatamente posteriores se condensan dos imágenes de la televisión que ratifican la importancia de ese hecho histórico y lo oportuno de la elección. La televisión profundiza los sentidos del Día de la Lealtad porque es el medio más idóneo para la transmisión de la historia en vivo: es presentado como el medio más objetivo, aquel que sin mediaciones "deja hablar los hechos por sí mismos":

> Ya están instalados en el Banco Hipotecario y otros lugares estratégicos de la Plaza de Mayo los equipos transmisores de Radio Belgrano, que describirán con vivísimas imágenes –más elocuentes que la verba más florida y acelerada de los locutores– toda la imponencia y trascendencia de una nueva reafirmación justicialista del pueblo argentino.
>
> El verdadero estado de espíritu de las multitudes argentinas, hablará mañana por sí solo: todos los panegíricos verbales resultarán vanos. Las imágenes y los rumores dirán de la permanencia en

> la historia de aquella gesta del 17 de octubre de 1945. (*Crítica*, 16 de octubre de 1951).

La televisión tardaría muchos años en desplazar a la radio en la vida cotidiana; sin embargo, en relación con el acontecimiento elegido para dar comienzo a las transmisiones, sus ventajas son evidentes y muestran lo que se piensa entonces como una de las características principales del medio: su *transparencia* y *objetividad*.

En la discursividad peronista de entonces, la televisión también se presenta como parte de la "realidad efectiva" de la que habla la Marcha partidaria. La televisión, como artilugio técnico, es ejemplo de los logros alcanzados y al mismo tiempo, el eslabón de una serie indefinida de progreso que la Argentina estaba poniendo en marcha.

> La República Argentina muestra al mundo, una vez más, su pujante potencialidad y la preocupación que anima a sus gobernantes de marchar al ritmo del progreso, con la vista puesta siempre en el bienestar de su pueblo.

Así declara el locutor de *Sucesos argentinos* mientras las imágenes muestran planos de los obreros que construyen la antena, en poses arriesgadas.

En ese primer momento, más que la visibilidad de las imágenes transmitidas, interesa la visibilidad de los equipos que, por otra parte, son enormes, de una pesada materialidad que contrarresta la idea de las imágenes viajando a través del éter. La antena transmisora, que se vuelve un símbolo en las publicaciones de ese momento, condensa acabadamente estas representaciones de la televisión. La antena, colocada sobre la torre construida en la cima del edificio del Ministerio de Obras Públicas y fotografiada o filmada en contrapicado, subraya su gigantismo.

La antena remite a los sentidos originarios de la televisión: la televisión, es decir la transmisión de imágenes a distancia, es el ícono ligado a un imaginario preexistente acerca del funcionamiento técnico del nuevo medio, lo que permite la transmisión a distancia y es cuanto queda de "maravilla técnica" para ese entonces. Por otra parte, la antena –a diferencia de los equipos transmisores, el camión de exteriores "Zoomar" y los aparatos receptores– ha sido construida en la Argentina por mano de obra

nacional. Así titula *Antena*: "En el cielo porteño se incrusta ya la antena televisora de mayor potencia del mundo entero. Se acercan a las nubes los técnicos y obreros criollos".[14] Para la revista *Antena*, el ícono es una oportunidad única ya que le permite operar como nexo del *continuum* radio-televisión. Las fotos de la antena del edificio de Obras Públicas son idénticas –o han sido tomadas en la misma perspectiva– que el logo de la revista que también era una antena, aunque de radio. Durante varios meses cualquier referencia a la televisión aparecida en la revista, es acompañada por esa misma foto.[15]

El protagonismo de la antena presupone el protagonismo de los técnicos que la instalaron y pueden explicar su funcionamiento. El personaje más nombrado durante esta primera etapa es el Ingeniero Max Koeble, responsable de las instalaciones y, más tarde, de los aspectos técnicos de las primeras emisiones. Max Koeble había viajado a Estados Unidos acompañando a Jaime Yankelevich y, por lo tanto, ambos eran responsables de los equipos comprados. Además de las imágenes de los "Viajeros"[16] –Max Koeble y Yankelevich– que van a Europa en busca de las novedades (todo un símbolo de la modalidad de acceso a la técnica por parte de la Argentina),[17] la construcción de la torre y la instalación de la antena son lo más visible de los preparativos para las primeras transmisiones:

> POTENCIA Y NITIDEZ CARACTERIZAN
> DESDE YA LA TELEVISIÓN ARGENTINA
>
> [...] El equipo instalado en su parte más espectacular –la gigantesca torre de acero elevada sobre el edificio del Ministerio de Obras Públicas de la Nación–, a la vista del público, que ha presenciado la labor de los obreros criollos empeñados en la enorme tarea de montar en esa torre la antena de transmisión, ha funcionado por primera vez. Y, como decimos, la impresión no pudo ser mejor.[18]

Sin embargo, los medios consultados también aluden a la paradoja de que la construcción de la antena, a pesar de ser lo más visible, aparece sumida en un secreto al que se refieren con interés: "El secreto con que se mantuvieron los trabajos preparatorios alimentaba más aún la ansiedad".[19]

El interés se concentra en las transmisiones, aquello que había sido objeto de preocupación desde tanto tiempo atrás, mientras que la recepción de las

imágenes apenas merece comentarios. Durante los meses siguientes los controles de los equipos y especialmente las cámaras son fotografiadas reiteradamente; así aparecen actores y conductores que firman contrato con Canal 7 o que participan de alguna emisión, manejando una cámara. Cuando se fotografía un espectáculo, no hay demasiadas diferencias con un escenario teatral o con una transmisión radial, según el caso, por lo tanto se elige una perspectiva que incluya también la cámara y el camarógrafo. La ostentación de sus mediaciones técnicas es casi el único plus que puede exhibir la televisión frente a otros espectáculos ya naturalizados.[20]

Además de la especificación de la inversión realizada (15 millones de pesos que Radio Belgrano debía pagar en cuotas mensuales) otro comentario recurrente sobre las primeras transmisiones destaca los méritos nacionales que supone el acontecimiento. La elección del Día de la Lealtad cierra un círculo coherente con la discursividad peronista:

> Queda inaugurada el miércoles próximo la TV en homenaje al Día de la Lealtad
>
> [...] Y así fue como ese resuelto apoyo del gobierno del General Perón, traducido en el esfuerzo de técnicos y obreros, ha quedado reflejado en la instalación de un equipo, el de mayor potencia del mundo, que entrará en funcionamiento en una fecha que por muchos conceptos vive imperecedera en el recuerdo del pueblo argentino.[21]

Sin embargo, los diarios y revistas revelan la existencia de una especie de "trauma" en este comienzo, ya que si insisten en leerlo como prueba del progreso, el retraso era un dato imposible de ocultar. La Argentina ya no podía ofrecer el mérito de "estar entre los primeros", de manera que resultan necesarias las excusas, y para ello se apela a los más variados argumentos:

> Nitidez excepcional
>
> Debemos hacer una aclaración: si bien es cierto que ha habido en nuestro país alguna demora en contar con televisión, esto ha significado un beneficio. Comenzamos por donde otros terminan. Queremos decir con esto que el equipo instalado en la Argentina es lo más avanzado que existe actualmente en el mundo... Los

mismos técnicos norteamericanos que han acompañado el equipo hasta la Argentina, no han podido menos que manifestar su viva impresión ante la claridad de las transmisiones realizadas, que supera –dicen– la de nuestras estaciones actualmente en funcionamiento en los Estados Unidos.[22]

LA ARGENTINA ES DUEÑA DEL EQUIPO TELEVISOR MÁS POTENTE DEL MUNDO

El hecho de que la televisión nos llegue con algún retraso no es un inconveniente, sino una ventaja, porque –superada la fase preparatoria y de maduración– podremos presenciar un resultado perfecto, o, mejor dicho, casi perfecto, porque –como en todos los campos de la ciencia y de la técnica– no está nunca dicha la última palabra. Y muy a menudo sucede que los que dicen la última palabra no son los mismos que dijeron la primera...[23]

Si en estos casos se acude al más simple optimismo, a la retorsión o la hipérbole, en las citas que siguen se recurre a uno de los valores nacionales por excelencia, el territorio:

Las condiciones topográficas han favorecido, por lo demás, la recepción de las primeras pruebas, ya que la llanura próxima a la Capital Federal y la edificación, en su mayor parte baja, representan condiciones muy favorables para la mejor irradiación de los programas.[24]

AYUDA DE LA PAMPA

La Pampa que se extiende en torno de nuestra capital y la edificación, en su parte más baja permitió certificar –luego de las transmisiones experimentales– que las imágenes llegaban a los receptores con más nitidez que en ninguna parte del mundo.[25]

La referencia al territorio mítico por excelencia, la Pampa, es la muestra más elocuente de la negación de una condición periférica. La exaltación de las raíces telúricas a lo que se sumarán las condiciones humanas del "obrero criollo" conforman un cliché nacionalista que no se explica únicamente a

partir del contexto contemporáneo de las notas citadas,[26] sino que deben ser puestas en relación con las expectativas pendientes.

UN ESFUERZO ARGENTINO

> [...] La torre es un orgullo para el país, técnicos, material y obreros argentinos hablan de la capacidad criolla. Bajo la dirección del ingeniero Caporale y los técnicos hermanos Montero y Justo Castillo, se levantó esta torre que, en los últimos días, nos dio un espectáculo sorprendente, el de la ubicación de la antena, elemento de más de una tonelada de peso que va conexo porque se ubica a su término "encajando" en la misma, sin riendas ni cables, sino –simplemente– por principios físicos determinantes de la ley de gravedad y la resistencia al viento...
>
> [...] Con ser la televisión brasileña muy adelantada, la nuestra la supera por la simple razón de que se ha instalado un poco después, tiempo suficiente para que en ese lapso fuera construida la antena novísima de que hablamos.[27]

Pero cuando todos estos argumentos resultan insuficientes, se apela al último bastión nacional: la historia, un pasado de glorioso pionerismo. Así, *Mundo Argentino* publica el 31 de octubre "Hace veinte años se transmitieron imágenes por radio en la Argentina", donde el cronista se pregunta: "¿Televisión en la Argentina hace veinte años?":

> En la Argentina hubo televisión en el año 1931. Es necesario advertir que en realidad televisión, tal como la conocemos hoy y la imaginaban entonces los profanos, es decir, los que no poseían conocimientos de radio en la que tiene su origen aquélla, no la pudimos tener en nuestro país debido a las dificultades de toda índole que presentaba la instalación de un servicio regular de transmisiones, entre las que predominaba la que se refiere a la financiación de una empresa de tal magnitud; pero televisión, lo que se llama televisión en su parte esencial, sí que la tuvimos.

Si bien el dato no es erróneo, se trata de una experiencia más entre otras que se efectuaban en muchos lugares del mundo para esa época.

La televisión en este primer momento necesita ser puesta en contacto con series preexistentes, con representaciones donde la televisión era antes que nada un objeto técnico para poder dar cuenta del cambio que se estaba operando en esas representaciones. La relación técnica/progreso/nación que había ocupado un lugar importante en nuestra cultura, se resquebraja; y la televisión pasa a ser una prueba de ello. Todos los intentos de los medios gráficos por minimizar u ocultar este hecho, no hacen más que ponerlo en evidencia. La Argentina llega tarde, debe comprar sus equipos –pues no los ha inventado y ni siquiera fabricado– y necesita enviar a sus técnicos a aprender el funcionamiento del medio a otra parte. O lo que es peor, traer al país los técnicos que "supervisen" nuestro trabajo. Por negación, todos estos discursos hablan de lo que debió ser y ya no será. Promesas que ni siquiera la Pampa podrá cumplir.

El contexto latinoamericano

El modo en que la prensa representó el desfasaje inicial de la televisión argentina respecto del mundo, confirmando cómo el país ya no se encontraba entre los primeros en esta materia debería, sin embargo, ser relativizado. La instalación de Canal 7 en el contexto latinoamericano muestra que el "retraso" de la televisión argentina no fue excesivo y, si bien es probable que la prensa pretendiera un destino "no latinoamericano" para la Argentina, un análisis comparativo también puede contribuir a reafirmar ciertas especificidades del modo en que la televisión ingresa en el país.

Los países latinoamericanos que realizan sus primeras transmisiones de televisión antes que la Argentina son México, Cuba y Brasil en distintas fechas de 1950. A fines de 1952 se pone en funcionamiento la Televisora Nacional TVN 5 de Venezuela. Habrá que esperar hasta fines de la década para que otros países comiencen con sus transmisiones (Perú en 1958, Chile en 1959) y a los primeros años sesenta para que se realice una nueva expansión en otros países.

En México, Cuba y Brasil, la televisión comienza como una inversión privada de grupos que ya detentaban el poder de otros medios. En el caso de Cuba, el canal de televisión que inicia las transmisiones regulares el 17 de octubre de 1950 fue Canal 4, propiedad de Gaspar Pumarejo y pocos me-

ses más tarde –el 12 de marzo de 1951– inicia sus transmisiones el CMQ-TV Canal 6, propiedad del clan familiar Mestre. Inicialmente CMQ-Radio sostiene económicamente al canal de televisión, pero la estrategia de financiamiento y expansión también pasa por la venta de televisores. Más tarde se incorpora a este mapa la figura de Amadeo Barletta que representaba a varias firmas extranjeras en el país, entre ellas a General Electric.

En el caso de México, ya en 1949 se realiza la primera concesión a Televisión de México S.A., propiedad de Rómulo O'Farril, dueño del diario *Novedades* y en septiembre de 1950 se inaugura oficialmente el Canal 4 XHTV mediante la transmisión del IV Informe de Gobierno de Miguel Alemán. En marzo de 1951 sale al aire XEW Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga, que ya era propietario de varias empresas de medios, distribuidor de RCA en México y que desde 1930 poseía la radio XEW como filial de la NBC y desde 1938, radio XEQ, filial de la CBS. En mayo de 1952 se inaugura la estación XHGC Canal 5, con concesión al Ing. Guillermo González Camarena que había trabajado en experimentos de tecnologías audiovisuales y en el uso del color desde la década del treinta.

La política de México en radiodifusión había tendido hacia el apoyo y subsidio del sector privado mientras el Estado construía simultáneamente sus propios medios. Para cuando la televisión llegó a México, la radiodifusión comercial había eclipsado por completo cualquier estación pública o de propiedad gubernamental (Fox, 1990). En 1955, los canales se unieron para formar Telesistema Mexicano que en 1959 tenía 20 canales en todo el país. Los canales originales adquirieron rápidamente estilo de programación y públicos diferenciados.

En Brasil, el primer canal de Televisión se instala en la ciudad de San Paulo, PRF-3 TV Tupi-Difusora, Canal 3, como parte del imperio periodístico de Diarios y Emisoras Asociados comandado por Assis Chateaubriand. Cuatro meses después la empresa inaugurará la TV Tupi Rio con capital privado brasilero, dependiente de los ingresos por publicidad. Para comprar los equipos y estructurar su emprendimiento, Chateaubriand recurrió a varias empresas solicitando pagos de publicidad por adelantado.

La TV brasilera, que comenzara de manera improvisada, en pocos meses contará con grandes anunciantes que, a través de agencias de publicidad, comienzan a actuar más seriamente en ese nuevo vehículo. Los anunciantes/patrocinadores tendrán un papel bastante amplio en los primeros años pues

muchos contratos eran definidos por ellos. Pocos meses después de la implantación de la TV Tupi se inicia la fabricación de aparatos receptores en el Brasil: los televisores Invictus. Sandra Reimão (1997) señala la importancia de las diferencias entre Río de Janeiro, donde el poder público era el motor principal de las iniciativas artísticas y culturales, y San Pablo, donde esas iniciativas fueron promovidas por el capital privado.

Como vemos, los primeros canales de televisión surgen como una iniciativa de empresarios de medios gráficos y/o radiales, dispuestos a soportar la inversión inicial y con estrategias similares de venta simultánea de aparatos receptores. En el caso cubano, se desata una competencia por el medio inclusive desde antes de su inauguración, que lleva rápidamente a la presencia de varios canales, a intentos de expansión nacional y a la necesidad de introducir capitales y cambios técnicos en las empresas. Baste señalar que en 1957 se realizan en ese país las primeras transmisiones en color.

En todos los casos se presenta un discurso que destaca la calidad pionera de estas empresas y su importancia para la construcción de una imagen de nación moderna. La pugna por el privilegio de la primicia, lleva aun hoy a adjudicarse la primera transmisión de Latinoamérica a los tres países y la realización de emisiones experimentales con anterioridad. La asimilación entre televisión/nación y pionerismo técnico se presenta como consecuencia de la comparación con los otros países pero también como un ingrediente de la tradición nacional.

La prehistoria televisiva mexicana podría compararse en algún punto a la argentina ya que, desde la década del treinta, es posible encontrar una serie de personajes pioneros que luchan por conseguir que la televisión sea un "invento mexicano". Durante la década del cuarenta se realizan transmisiones experimentales auspiciadas por grandes empresas (Colgate Palmolive y General Electric) y también se eligen operaciones quirúrgicas para realizar pruebas de circuito cerrado.[28]

La TV Tupi, por su parte, utilizará como señal de ajuste imágenes de la RCA, círculos concéntricos rodeando el rostro de un indio americano que posteriormente sería sustituido por "el indiecito de la Tupi", diseño de un niño indio brasileño que se convirtió en el símbolo de todas las radioemisoras asociadas. Se ha señalado que Chateaubriand habría sido desaconsejado por el presidente de la RCA para instalar una televisión en Brasil y que el argumento de que la TV era un emprendimiento para

sociedades fuertes en países desarrollados, terminó funcionando como un desafío. Algo similar se ha destacado respecto del caso cubano, lo cual no hace más que remarcar el aspecto heroico de la modernidad técnica en países subdesarrollados.

Tanto la compra de los equipos, realizada en todos los casos en Estados Unidos y acompañada por la presencia de técnicos norteamericanos, como las conexiones económicas con empresas de ese mismo origen, definen los modelos televisivos de esta parte del continente. En el caso cubano, la competencia entre canales y la extracción radial de Pumarejo y los Mestre, marcará la programación inicial. El caso brasilero es más complejo ya que la programación de la televisión brasilera en sus primeros años es considerada como "elitista": teatro clásico y de vanguardia, música popular y erudita y algunos shows más populares. Sergio Caparelli (1986) señala que la historia de la televisión en Brasil puede ser dividida en dos grandes fases: una que iría desde 1950 a 1964 y otra que se habría constituido y consolidado a partir de esa fecha. En la primera fase ese medio de comunicación se concentraba en las ciudades de Río de Janeiro y en San Pablo; la programación presentaba fuertes tonalidades locales y no contaba todavía con un amplio público. En la segunda fase encontramos la TV extendida por varios puntos del territorio nacional; se verifica una gran importación de programas extranjeros y el *video tape*[29] hace que la programación nacional se concentre en Río y en San Pablo. La TV Tupi fue líder de la primera fase y la Red O Globo, hegemónica en la segunda.

La programación de TV Tupi tenía una fuerte impronta nacional: hacia 1965 cerca del 61% de la programación era de origen nacional y el viernes, tal vez por ser considerada "noche de lujo", toda la programación era brasileña. Hubo programas con gran prestigio entre los intelectuales: por ejemplo, las noches del domingo se presentaba *TV de Vanguardia*, que eran adaptaciones de piezas clásicas. Ortiz insiste en señalar las dificultades que se le presentan a este emprendimiento cultural de tipo empresarial al conservar durante toda la primera década "una estructura poco compatible con la lógica comercial" (Ortiz, 1988: 47).

En este panorama complejo es posible señalar, sin embargo, algunas regularidades: la televisión se instala en estos tres países por la iniciativa privada de empresarios que ya detentaban la propiedad de otros medios de comunicación. Las mismas empresas se ocuparon de la venta de apara-

tos receptores, ofreciendo facilidades y atendiendo de esta forma a la ampliación del escaso público inicial. También se apuntó a la expansión territorial, mediante la instalación de canales en otras ciudades del país. Los efectos de las diferencias entre esta estrategia y la implementada en la Argentina, se pueden ver con claridad cuando comparamos la situación a comienzos de la década del sesenta. En 1961 la Argentina tiene apenas 7 estaciones transmisoras que llevan poco tiempo de funcionamiento y que cubren el área de las ciudades de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza, mientras que Brasil posee 42 estaciones transmisoras, México 22, Cuba 18 y Venezuela 17.

El modelo imperante en el primer momento no es el que perdurará *a posteriori* en los países mencionados. En Brasil la instalación de la Red O Globo en 1965 producirá un cambio definitivo en la estructura de medios de ese país. La Revolución cubana pondrá un corte al sistema mencionado anteriormente en Cuba, que tendría consecuencias importantes para una gran parte de la televisión latinoamericana debido a las inversiones realizadas por Goar Mestre en varios países, incluida la Argentina. Pero la cantidad de aparatos existente en cada país, tomado de manera aislada no es un dato revelador en sí mismo. Si consideramos la cobertura territorial, la oferta de canales, el ritmo de crecimiento y los modelos adoptados en cada lugar, vemos que el caso argentino se recorta con mayor nitidez. Una primera diferencia es la existencia de un solo canal que emitía su programación para una sola ciudad, junto al hecho de que ese canal, a pesar de ser producto de la inversión estatal, estaba dirigido por un empresario de la radio que lo organizó según el modelo comercial de la televisión norteamericana. La televisión inglesa, cuya existencia data desde 1936, llevaba acumulada una experiencia de televisión pública que hubiera podido funcionar como modelo. Sin embargo, la televisión argentina se recorta desde sus comienzos como un caso relativamente excepcional por la mixtura de sus componentes.

Los datos sobre el crecimiento de la cantidad de televisores durante este período en los países mencionados, pueden ser de utilidad:

Cantidad de Receptores de Televisión (Total en miles)

País	*1953*	*1955*	*1957*	*1959*	*1960*
Argentina	33(*)	70	75	400	450(***)
Brasil	120	150	200(**)	1000	1200
México	70	116	250	450	650
Cuba	79	200	275	365	500(***)
Venezuela	35(*)	65	100	200	250(***)

(*) 1954; (**) Julio de 1956; (***) Agosto

Fuente: Unesco-Statistical Yearbook

En Cuba es donde se produce el crecimiento más rápido durante la primera mitad de la década, mientras que en los restantes países el salto en la cantidad de aparatos receptores se da entre 1957 y 1959, incluida la Argentina, donde ese crecimiento es muy notable respecto de los años anteriores. En Brasil los televisores se comienzan a fabricar en 1959 y esto coincide con un enorme crecimiento de audiencia.[30] Las cifras absolutas muestran que la televisión argentina es casi ínfima y no varía excesivamente cuando tomamos la cantidad de televisores cada mil habitantes que en la Argentina se reducían a la ciudad de Buenos Aires:

Cantidad de Receptores de Televisión (cada mil habitantes)

País	*1953*	*1955*	*1957*	*1959*	*1960*
Argentina	2(*)	4	-	19	21(***)
Brasil	2	3	-	15	18
México	2	4	-	14	19
Cuba	14	33	-	56	74(***)
Venezuela	6(*)	11	-	31	37(***)

(*) 1954; (***) Agosto

Fuente: Unesco-Statistical Yearbook

En cualquier caso, al comparar las cifras de los años posteriores, puede verse que es en la primera mitad de la década del sesenta cuando se produce el gran salto cuantitativo:

Cantidad de Receptores de Televisión (Total en miles)

País	*1953*	*1955*	*1957*	*1959*	*1960*	*1961*	*1962*	*1963*	*1964*	*1965*	*1966*
Argentina	33(*)	70	75	400	450(***)	700	850	1200	1500	1600	1850
Brasil	120	150	200(**)	1000	1200	1621	1430	1800	2300	-	2500
México70	116	250	450	650	900	930	1040	1300	1800	-	1850
Cuba	79	200	275	365	500(***)	500	520	525	550	-	555
Venezuela	35(*)	65	100	200	250(***)	263	549	573	591	650	-

(*) 1954; (**) Julio de 1956; (***) Agosto

Fuente: Unesco-Statistical Yearbook

Cantidad de Receptores de Televisión (cada mil habitantes)

País	*1953*	*1955*	*1957*	*1959*	*1960*	*1961*	*1962*	*1963*	*1964*	*1965*	*1966*
Argentina	2(*)	4	-	19	21(***)	33	40	55	68	72	82
Brasil	2	3	-	15	18	22	19	24	29	-	30
México	2	4	-	14	19	25	25	27	33	42	42
Cuba	14	33	-	56	74(***)	72	74	73	74	-	71
Venezuela	6(*)	11	-	31	37(***)	35	70	70	70	75	-

(*) 1954; (***) Agosto

Fuente: Unesco-Statistical Yearbook

Respecto del momento de mayor crecimiento durante la década del cincuenta en la Argentina, las cifras anteriores coinciden con la información acerca de la importación y producción de televisores en el país que comienza en 1956:

Año	*Importación*	*Producción nacional*
1951/2	29.531*	-
1953	17.777	-
1954	10.739	-
1955	5.412	-
1956	4.564	18.000
1957	4.252	70.000
1958	5.691	120.000
1959	2.717	170.000
1960	570	200.000
1961	7.135	240.000
1962	1.391	140.000
1963	1.000	98.000

(*) 1954

Fuente: López Lacuara, Rolando, *La industria de la televisión en la República Argentina*, Banco Industrial de la República Argentina, División Economía, 1964.

Expansión del mercado de televisores

	Total de televisores comprados	
Año	*Televisores*	*Total acumulado*
1950	800	800
1951	3.500	4.300
1952	12.500	16.800
1953	20.000	36.800
1954	26.000	62.800
1955	35.000	97.800
1956	50.000	147.800
1957	75.000	222.800
1958	130.000	352.800
1959	175.000	527.800
1960	200.000	727.800
1961	250.000	977.800
1962	130.000	1.107.800
1963	90.000	1.197.800

Fuente: López Lacuara, Rolando, *La industria de la televisión en la República Argentina*, Banco Industrial de la República Argentina, División Economía, 1964.

En síntesis, la Argentina no instala su primer canal de televisión con un retraso remarcable, y dada la menor cantidad de población, la cifra de televisores cada mil habitantes llega a ser inclusive superior a la de otros países tomados como referencia. Aun tomando las cifras absolutas, es difícil realizar comparaciones. Quizá sólo resulte notable el ritmo de crecimiento de la televisión nacional: un solo canal transmitiendo para una sola ciudad con pocos aparatos receptores. Sin embargo, también es necesario remarcar el modo en que se instala el sistema de televisión en el contexto latinoamericano. La inversión estatal, aunque mediada por Yankelevich, resulta un dato atípico. Aun en el caso de que pretendiéramos extender la comparación con Estados Unidos, donde la televisión sufre una mora extensa como consecuencia de la guerra, el *boom* que genera la convierte en el medio más rápidamente asimilado a la vida cotidiana. La televisión tardó menos de una década en alcanzar la cantidad de hogares norteamericanos que a la radio le costó más de quince años.[31] La Argentina, en cambio, tiene un período de mora que dura toda la década, pero que además coincide con el *boom* de la

televisión norteamericana y con los intentos por reproducir ese modelo en los países latinoamericanos mencionados. Cuando la televisión privada se instale en el país quebrando el monopolio de Canal 7 e iniciando una etapa de expansión, el modelo habrá cambiado. No parece casual que la figura paradigmática de la televisión argentina en la década del cincuenta sea Yankelevich con todos sus nexos con el Estado, ni que durante la década siguiente haya sido la del empresario cubano Goar Mestre.

De manera que si el cuadro de situación no supone una diferencia considerable para la Argentina, al analizar las trayectorias comparadas de los sistemas latinoamericanos, se encuentran las pistas para la interpretación de los comentarios contemporáneos de los medios gráficos sobre la herida al orgullo nacional. Es en la trayectoria descendente respecto del lugar de privilegio que la Argentina había ocupado hasta entonces donde puede leerse la decepción imperante. En la década del sesenta, este panorama va a volverse más claro: la Argentina comienza a acumular los signos de una pendiente en descenso, mientras que Brasil se encuentra en pleno impulso expansivo de su industria cultural. Los resultados recién se harán palpables en las décadas siguientes; los signos del giro histórico, en cambio, ya podían encontrarse en las imágenes iniciales de una Pampa omnipotente y en la proliferación excesiva –por momentos ridícula– de excusas, para un retraso apenas notable.

Notas

[1] Para el apartado siguiente he consultado la revista *Caras y Caretas* de la década del veinte, las revistas *Radio Magazine* y *El Electrotécnico* de la década del treinta y *Mundo Técnico* de la década del cuarenta. He utilizado materiales citados por María Fernanda Longo (1996) y algunas notas de *Caras y Caretas* de diferentes épocas me fueron facilitadas por Diego Ibarra. Otros datos sobre transmisiones experimentales me fueron brindados por Jorge Rivera. Para la década del veinte, Sarlo (1992) cita como fuentes más importantes *Ciencia Popular* y *Crítica* y he tomado como referencia su trabajo.

[2] Para detalles técnicos de esta historia puede verse Abramson, 1995 y Ritchie, 1994.

[3] Por ejemplo en *Radio Magazine*: "Televisión. Algunas ideas nuevas en los métodos de sincronización mecánica", Año II, N° 10, septiembre,1936; "La señal de televisión desde la antena al tubo de rayos catódicos", Año II, N° 34, oct ubre,1936; "Pantallas fluorescentes para tubos de rayos catódicos", Año II, N° 35, noviembre, 1936, o en *El Electrotécnico* "Los rayos catódicos y sus fenómenos principales", Año XI, N° 230, diciembre, 1933.

[4] Para la prehistoria de la televisión en Estados Unidos puede verse Ritchie, 1994; Greenfield, 1977 y Udelson, 1982; para una historia comparativa del medio Smith, 1995.

[5] Sarlo, op. cit.: 132.

[6] Para confirmar la idea de que Baird fue el personaje más cercano a la figura del inventor tradicional ligado a la historia de la televisión, conviene recordar que entre sus primeras patentes se encuentra "The Baird undersock for the Soldier's Foot", sin duda lo más parecido a las medias arltianas con puntera de goma que alguien pueda imaginar (Fisher & Fisher, 1996: 21-36).

[7] Para un relato pormenorizado del proceso de concreción técnica y de disputas de intereses comerciales previos a la instalación de las redes de televisión, ver Fisher & Fisher, 1996.

[8] Ver Arabito, 1995.

[9] *Crítica*, 3-8-50, citado por Longo, op. cit.

[10] El primer servicio regular de televisión (DRP) se inició en Berlín el 22 de marzo de 1935. Consistía en la proyección de material filmado, sin transmisiones en vivo, y no obtuvo un gran éxito. De hecho, dejó de transmitir el 19 de agosto de ese mismo año hasta el año siguiente en que fueron transmitidos los Juegos Olímpicos. Por el contrario, el London Television Service, inaugurado en noviembre de 1936, mantuvo un éxito sostenido desde sus inicios.

[11] Una leyenda cierra el filme que fue realizado para el 1er. Festival de Cine de Mar del Plata: "Un esfuerzo industrial argentino del 2° Plan Quinquenal".

[12] Para este punto hemos trabajado a partir de fuentes gráficas y fílmicas: diarios y revistas de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, y algunas emisiones del noticiero cinematográfico *Sucesos Argentinos*. También fueron de utilidad fragmentos de las entrevistas a Carlos Gorostiza y Edgardo Borda. En las entrevistas realizadas a miembros de la audiencia las referencias a las transmisiones iniciales no surgieron espontáneamente y en general los comentarios fueron escasos.

[13] Las itálicas corresponden a citas de los comentarios periodísticos del 18 de octubre.

[14] *Antena*, N° 1068, 11-9-1951.

[15] Si bien la insistencia de esa revista puede resultar parcial por el juego de imágenes que presenta de sí, es fácil encontrar las mismas imágenes en otras publicaciones, así como en el noticiero cinematográfico *Sucesos Argentinos* que le dedica un fragmento a las primeras transmisiones.

[16] Es el título del fragmento de *Sucesos Argentinos* de 1950 al que nos referimos.

[17] El locutor en *off* del noticiero señala que "el señor Yankelevich parte hacia Europa para estudiar nuevos métodos de televisación".

[18] *Antena*, N° 1069, 18-9-1951.

[19] *Mundo Argentino*, N° 2122, 17-10-1951.

[20] Una de las características que señala Umberto Eco (1988) para distinguir la neo televisión es la exhibición de las mediaciones técnicas como garantía de objetividad y transparencia. Las hipótesis de Eco pueden ser de utilidad pensadas en sentido inverso: Eco lee la paleo televisión desde la neo, a partir de la "transparencia perdida"; mi intención es pensar las condiciones de posibilidad para la construcción de esa transparencia. La exhibición de las mediaciones técnicas es uno de los elementos más evidentes de ese proceso.

[21] *Antena*, N° 1072, 9-10-1951.

[22] *Antena*, N° 1069, 18-9-1951.

[23] *Mundo Argentino*, N° 2122, 17-10-1951.

[24] *Antena*, 16-10-1951.

[25] *Crítica*, 16-10-1951.

[26] En las representaciones de las estaciones televisoras de otros países también se realizan asociaciones nacionalistas a partir de elementos pintoresquistas. Por ejemplo, en un noticiero de *Sucesos de las Américas* de 1950 se muestra la antena de TV Tupi enclavada en el Pan de Azúcar y a un "campeón de baile" con vestimentas típicas. Sobre el logo de TV Tupi ("o indiozinho da Tupi"), volveremos más adelante. Al respecto, puede verse Reimâo, 1997.

[27] *Antena*, N° 1068, 11-9-1951.

[28] Para este punto puede verse Castellot (1993).

[29] El video tape se introduce en 1959 en Brasil, pero no se utilizará con regularidad hasta unos años más tarde. La primera telenovela que lo utiliza es de 1963 (Ortiz, 1988).

[30] Las cifras que maneja Ortiz (op. cit.), aunque mantienen el crecimiento de la curva en 1959, difieren mucho respecto de las de la UNESCO: 3.500 en 1951; 141.000 en 1955 y 598.000 en 1959. De cualquier manera, mantenemos las de la UNESCO porque es la única fuente que nos permite comparar los distintos países.

[31] Al respecto son reveladores los datos de un trabajo pionero de Leo Bogart (1958) donde señala que la televisión comercial había alcanzado para entonces la misma dimensión (en número de hogares) que la radio recién había logrado hacia el final de la Segunda Guerra Mundial.

Capítulo 2

Recepción y vida cotidiana[1]

> Era una cosa medio extraña. Muy novedosa. Muy esperada de años y de años, que no llegaba nunca. Después vino muy de a poco. No se podía comprar, era muy cara. No cualquiera podía tener TV. Así que hubo años que no la tenía la gente. Estaba la televisión y nadie la veía. La íbamos a ver. Por ejemplo, una vez, jugaban Independiente y River y mi tío me llevó a ver a la vidriera de un negocio. Otra vez me pasé la tarde entera en una Unidad Básica donde había TV, con los chicos. Eso cuando surgió. Después, en casa la compraron el 21 de septiembre de 1954. En la cuadra no tenía nadie el aparato. [...] Yo siempre hinchaba que compraran el televisor... que compraran el televisor... Y un día dijeron: "Bueno, lo vamos a comprar. Vamos a ver..." Y un día apareció el televisor. Era la época en que compraron todos los aparatos, porque compraron el televisor, la heladera, que no había ninguna cosa de esas en las casas. Ni gas había. [...] 12 años tenía.

Estas palabras condensan varios tópicos de los primeros años de la televisión en la Argentina en un relato que cruza historia y biografía de manera casi ejemplar.[2] La televisión ocupaba un lugar en los sueños de ese chico mucho antes de que formara parte de su vida cotidiana, pero se trata de un deseo diferente de la promesa técnica largamente dilatada a la que nos hemos referido en el capítulo anterior. Las primeras transmisiones significan poco para su probable público: "la televisión estaba ahí, pero nadie la veía". Los recuerdos sobre la programación de esos años son más que escasos, pero las referencias contemporáneas también lo son. Queda registro, en cambio, de la incipiente

presencia de televisores. "El televisor" –un objeto de difícil ubicación doméstica– demoraría unos años en esparcir los signos que permitirían vislumbrar la emergencia de una iconografía singular. "El televisor" carecía del halo mágico que producía el viaje de imágenes a través del éter que podía condensarse en la antena transmisora y tampoco contaba con el brillo espectacular del cine de los años cincuenta y que comenzaría a adquirir la televisión de los sesenta.

En la cita inicial se habla de una televisión "muy esperada de años y años, que no llegaba nunca" pero son escasos los relatos que describen ese lapso en términos de espera. Una entrevistada recuerda un "cantito radial que decía 'la televisión pronto llegará, pronto llegará'", [3] pero la mayoría no recuerda la irrupción de la televisión como algo impactante, mientras que la radio continuaría ocupando un lugar central en la vida cotidiana por un largo tiempo. De cualquier manera, las primeras visiones son descriptas como algo maravilloso: "Cuando tuvimos noticias en el año cincuenta de la llegada de un invento nuevo, que para nosotros era nuevo pero no para otros países, nos pareció una maravilla porque ya íbamos a poder ver a todos esos personajes, incluso lo que era simplemente una voz se iba a convertir en una persona en la pantalla". El problema es que el deslumbramiento no duraba mucho: "No fue quizás tan como uno lo hubiera pensado y me atrevo a decir que hubo desilusión, no sólo por parte del oyente, que ahora era espectador sino también por el que fue en algún momento artista de radio y que no pudo serlo en la TV". "El primer día fue deslumbrante, pero después dependía del programa". El invento era maravilloso. El avance de la técnica que llegaba al país, los rasgos de modernidad. Pero la televisión en tanto espectáculo no producía el mismo deslumbramiento.

La distinción

Con excepción de la primera entrevista que hemos citado, donde un niño de doce años "hinchaba que compraran el televisor" no parece haber demasiadas expectativas por poseer el televisor propio, mucho menos por la programación que Canal 7 emitía. Lo que interesa en el primer momento es el "status" que el televisor llevaba adherido: "Era como la heladera, al principio la tenían sólo la gente de plata". El problema era no tener televisión, poco significaba no verla.

En este sentido, la primera publicación dedicada íntegramente al medio, la revista *Teleastros*, puede servir como un buen indicador de público. Su mismo fracaso a dos años exactos de comenzadas las transmisiones televisivas se vuelve significativo.[4] Se trata de una publicación con una calidad gráfica muy superior a la de *Antena*, *Radiolandia*, *Sintonía* o cualquiera de las revistas de radio y cine de la época. El precio de tapa es de $5, cuando *Radiolandia* costaba $1,50. La tapa de papel ilustración pesado y texturado, las fotos, y fundamentalmente las publicidades nos hablan de un lector muy distinto al de las revistas antes mencionadas. Publicitan entre sus páginas Casa Furst (cubiertos, orfebrería, cristalería, porcelana de lujo), Ravazzani (sastrería de medida fina), y muchas marcas de televisores o casas de electrodomésticos. De manera que no se trata de una publicación dirigida a quienes ya poseían televisor que, evidentemente, eran bien pocos. Los televisores de estas publicidades, por otra parte, difieren de los que aparecían publicitados con frecuencia en los diarios: "En ambientes de jerarquía... Telerreceptores Du Mont", señala un aviso. La publicidad de Casa América muestra "los combinados más suntuosos del mundo". Se trata de unos aparatos que debían estar extendidos en Estados Unidos y que combinaban radio, tocadiscos y televisor. El mueble importaba tanto como su contenido: era necesario armonizar los televisores con los "ambientes de jerarquía".

En un aviso de "Telepublicidad 'Litman'" dirigido a los posibles anunciantes, esa definición de público es aun más explícita:

> LA PUBLICIDAD POR TV CREA VENTAS ENTRE EL PÚBLICO DE MAYOR PODER ADQUISITIVO
>
> Más de 25.000 televisores instalados en hogares de gran poder adquisitivo, programas de interés para todos los factores de público y formas publicitarias nuevas han hecho de la televisión el medio de propaganda de mayor y más veloz impacto. Ya los meses de noviembre y diciembre del año pasado –en que el número de televisores no superaba los 10.000– demostraron la efectividad de la TV para el fomento de ventas; ya en esos meses los espacios publicitarios entre programas quedaron totalmente cubiertos. Es de imaginarse lo que ocurrirá este año.

Antena anticipa la salida de la revista resaltando la novedad de las imágenes tridimensionales. El primer número trae un par de anteojitos rojo y azul de regalo, y una larga lista de instrucciones y recomendaciones para su uso, además de algunas páginas que se podían ver con el efecto anunciado. *Teleastros* conjuga de esta manera dos aspectos importantes y recurrentes de la televisión de los cincuenta: los anteojos son el artificio "moderno" que viene a completar escenas repletas de muebles "de estilo". En realidad *todo* es artificioso –aparatoso, recargado– al extremo. Desde los aparatos multifunción hasta el *gadget*/anteojo 3D. La televisión en tanto objeto técnico debe ser recubierto de pátinas y pátinas de madera, lustre, incrustaciones, láminas doradas, filigranas, puertas y tapas. A pesar de la insistencia en la "novedad técnica" que viene a introducir la televisión, el diseño de los aparatos iniciales tiende a producir un *camouflage*[5] con el mobiliario hogareño. Algunos televisores de *Teleastros* entrarían más fácilmente en la categoría "mueble" que en la de "electrodoméstico"; y es a estos poseedores de muebles-televisores que se dirige la revista.

En *Ellos nos hicieron así*, un film dirigido por Mario Sofici que se estrena en 1953, Alberto de Mendoza personifica un joven, hijo de comerciantes, que estudia medicina y que está comprometido con la hija del dueño de una clínica que le dará trabajo cuando se reciba. Él, en verdad, está enamorado de una chica pobre –Olga Zubarry– a quien "la vida" lo obligará a abandonar en nombre de la estabilidad y el porvenir. Se trata, en fin, de un melodrama sin matices, donde los ricos y los pobres viven en mundos esquemáticamente enfrentados, cuyo contacto será castigado con la reprobación moral o el abandono. Lo interesante es que la representación del mundo de los "ricos" incluye la presencia de un televisor con un mueble enorme en el centro del living. La escena de la visita de los futuros suegros, una suerte de compromiso de la pareja deseable, comienza con la imagen de un televisor presentado como símbolo de status de la familia.

Al comparar esta escena con el modo en que es representada la televisión en *El crack*, de José Martínez Suárez, estrenada en 1960, queda claro el modo en que la misma ha variado su lugar social. Aquí el empresario inescrupuloso que "fabrica" al "crack" para abandonarlo rápidamente cuando su carrera se trunca, le regala un televisor al padre del jugador. Este último lo ubica en el bar popular del cual es dueño: el televisor termina destruido a golpes por el padre furioso que no tolera ver por la pantalla el

fin de la carrera de su hijo. Por un lado, resulta evidente que las audiencias han variado de signo: frente al living de los "ricos" donde se destaca el televisor-mueble como símbolo de status, el bar popular, repleto de gente que grita mientras ve el partido de fútbol. Pero, por otro lado, también es interesante el modo en que el televisor se impregna, en este último caso, de todas las connotaciones de quien lo había obsequiado: el televisor recibe los golpes dirigidos simbólicamente al representante de la mercantilización del fútbol que, en buena medida, es la industrialización del espectáculo en general.

Lo público y lo privado

Los electrodomésticos han servido como símbolo del primer peronismo. Se trata de un período en el que nuevos sectores sociales se incorporan al consumo y la estabilidad laboral y económica aceleran el acceso a ciertos bienes: "la casa propia" en primer lugar, pero también la heladera, el lavarropas, la licuadora, herramientas de trabajo, radios, combinados y cocinas que si bien no producen transformaciones tan estructurales como la vivienda, resultan tanto o más espectaculares en cuanto símbolos de movilidad social. La heladera es el electrodoméstico más publicitado en diarios y revistas de esa época y, de acuerdo con un informe de 1952 de la empresa Siam Di Tella, se habrían vendido un 600% más unidades en esos últimos dos años que en la década del cuarenta.[6] Es probable que la heladera produjera cambios más notables que el televisor en la vida cotidiana: "¡Compre de una vez para toda la semana!" decía el aviso de heladeras Sier. ¿Qué ofrecían a cambio los avisos de televisión? "Desde su casa cómodamente box, teatro, fútbol, con un televisor Sylvania", o "Desde su casa cómodamente fútbol, cine, teatro, box, con un televisor Capehart", decían los anuncios de Casa Lisma TV. Sin embargo, el slogan citado o los dibujos que muestran una familia tipo mirando televisión desde un sillón, vestidos como para ir al cine, producen cierta incomodidad.

Llaman la atención las connotaciones que adquiría en ese momento el ámbito privado, así como el modo en que se ve afectado por la televisión. En *Antena*, por ejemplo, se señala:

> Hasta entonces las evoluciones de la civilización habían tenido la virtud de "sacar" a la gente del hogar. El cine, los estadios deportivos monumentales, las cómodas salas de espectáculos, etc., impusieron un cambio en los hábitos del pueblo norteamericano. Ahora, en cambio, hay un marcado retorno a la vida hogareña, porque el hogar tiene nuevos atractivos que, hasta hace poco, era necesario buscar fuera de él... El milagro de las llamas del hogar atemperando el frío y congregando a la familia alrededor de la estufa, costumbre casi olvidada, revive hoy gracias al milagro de las pantallas televisoras.[7]

Cecelia Tichi titula sugestivamente *Electronic Hearth (El hogar electrónico)* un libro sobre la creación de la cultura televisiva norteamericana, donde brinda innumerables ejemplos literarios y visuales acerca de la asimilación de la televisión al hogar, tal como lo hace *Antena* en la cita precedente. Tichi interpreta esta asimilación como la actualización de un ícono nacional, presente en la literatura norteamericana de los siglos XIX y XX que es utilizado para la promoción de ideas de domesticidad y patriotismo durante la posguerra, en que se exacerbaron los valores relacionados con la familia, el hogar y el ámbito privado. El *baby-boom* sería la prueba sociológica de la efectividad de la promoción de esos valores. La vuelta al "hogar" en ese contexto comporta sentidos diversos que la televisión, según Tichi, sabe explotar oportunamente. Aunque *Antena* –como también lo hacen casi todas las publicidades de televisores de la época– traslade literalmente la metáfora, la imagen de las llamas en el hogar se percibe como un símbolo extraño. En EE.UU., la imagen del "hogar electrónico" asociaba un ícono preexistente con la idea de progreso técnico que, en cierta forma, también podía ser presentada como un rasgo de lo nacional. La figura de Franklin, particularmente, pero también la de Edison, o los hermanos Wright permitieron asociar imaginariamente invención técnica y progreso nacional (en Franklin inclusive patriotismo). En la Argentina esta imagen sólo podía ser asociada a una modernidad importada y ajena.

También la domesticidad se asocia a valores diferentes en uno y otro caso. Si bien en el discurso oficial del peronismo, el derecho a un espacio doméstico confortable y a un tipo de domesticidad similar a la de los ricos sirve como promesa de dignificación para los trabajadores, el período de

construcción de la cultura televisiva argentina coincide con una etapa en la que se exacerba la ocupación del espacio público urbano (político y de ocio).[8] El peronismo logró mitificar su espacio público por excelencia, la Plaza de Mayo, pero se ocuparon las calles de paseo, los cines, los teatros, los restaurantes, los bailes, el carnaval. La calle Lavalle, la avenida Corrientes y el "Centro de los grandes espectáculos" componen una geografía nocturna y masiva del espectáculo porteño. La presencia de ese nuevo público es uno de los datos más significativos de la cultura de la época. En ese contexto no parece arbitrario que el Estado distribuyera televisores para su recepción pública y la primera televisación fuera un acto multitudinario.

Se ha señalado en varias oportunidades la relación entre las características de los textos televisivos y su recepción doméstica. Las comedias familiares, las telenovelas y todos aquellos géneros televisivos que proponen una representación de la familia funcionaron como modelos de vida familiar y de domesticidad correcta, especialmente para el ama de casa instalada en los suburbios después de la guerra (Tichi, 1991; Spigel, 1992; Silverstone, 1996). Más allá de ese contexto histórico preciso, la televisión ha promovido esquemas de percepción de lo "hogareño" que siempre se han relacionado con las pautas de recepción doméstica del medio. Las comedias familiares y las telenovelas fueron y son aún géneros centrales dentro de la programación. Se trata de matrices que ya estaban presentes en la programación radial previa y que se siguieron explotando en la televisión con éxito.

Sin embargo, las primeras imágenes transmitidas por la televisión argentina fueron, como ya hemos señalado, los discursos de Perón y Evita durante un acto multitudinario en la Plaza de Mayo. La segunda transmisión sería un "Clásico" del fútbol nacional. Es a propósito de este acontecimiento que los medios gráficos registran por primera vez el fenómeno del público viendo televisión en las calles:

> El domingo pasado, con motivo de transmitirse por primera vez un partido de fútbol de categoría, fueron inmensas las multitudes reunidas frente a los receptores, llegándose a extremos que dicen de esa expectativa ambiente: tránsito detenido en algunas calles, grupos densos en la intimidad de muchos hogares que ya cuentan con receptores de "video", vidrios rotos allí donde la presión de los

> más impacientes presionó con demasía las vidrieras de los negocios del ramo, donde se podían seguir las alternativas de esa transmisión.[9]

La elección de estos acontecimientos da cuenta de una política del gobierno respecto de los medios de comunicación donde la relación entre deporte, nación y Estado ha ocupado un lugar privilegiado y ha tenido continuidad con las concentraciones políticas de masas.[10] Pero también de un modo de recepción que nada tiene que ver con las anticipaciones publicitarias. Tanto en la primera transmisión, donde se aludía a un hecho político, propagandístico y pedagógico, como en la segunda, donde se anunciaba el espectáculo comercial, la televisión representó encuentros multitudinarios a los que se sumó una ciudad asombrada frente a la novedad de las pantallas de televisión. Con esto no quiero decir que en otros países no haya ocurrido lo mismo, sino reconstruir las condiciones históricas en las cuales se construyó esa "domesticidad" en la Argentina.[11] Si resultaba difícil encontrar algún atractivo para quedarse a "ver cómodamente desde su casa", fue necesario esperar a que algo se modificara en la vida cotidiana, en los hábitos respecto de otros consumos culturales para que la televisión se instalara *cómodamente* en la Argentina y la audiencia en el sillón.

De hecho, la televisión no fue vista desde la casa sino por una pequeña minoría y aún en esos casos, convocaba a reuniones más allá del círculo íntimo de la familia: "Mi papá se compró la televisión cuando salió. [...] Me acuerdo que venían todos los vecinos del edificio. Vivíamos acá en la Avenida Quintana"; "Los sábados se hacía la platea. Los domingos también. Cuando venía el partido, venía toda la cuadra a verlo". De esta forma, ver televisión se integra a otras costumbres más antiguas: también era frecuente por ejemplo, en los barrios, usar la heladera del vecino.

Las imágenes publicitarias hablaban de una televisión para familia tipo, sentada en el living, mirando atentamente la pantalla. Los testimonios hablan de una recepción muy distinta. La televisión no es algo que obliga a permanecer instalado en el living, sino algo que se va a ver: "Yo tuve en el año 57, dos o tres años después que mis padres. [...] Fue una gran novedad y como todos no tenían acceso a tenerla, se reunían en casa de vecinos o familiares que tuvieran TV, como así en bares y en las célebres unidades básicas de la época. Recuerdo los domingos en el bar del barrio, cómo los

hombres se reunían a ver los partidos de fútbol, que eran auspiciados por la Cabalgata Gillette y Thompson y Williams". Los lugares privilegiados eran las vidrieras, sobre todo para los eventos deportivos. La imagen incorporaba un plus a la radio en el caso del deporte y no era indispensable el sonido, como en otro tipo de programas. Pero también se recuerda ver box, fútbol y catch en clubes sociales. "Iba a ver los programas de catch al club. Ponían el televisor en el pasillo que daba a la calle y miraban todos en la puerta."

Vidrieras, bares, confiterías, clubes, unidades básicas o la casa del vecino, el amigo, el pariente. Sábados y domingos, especialmente. La televisión todavía es un acontecimiento marcado, separado de la rutina. Es un espectáculo regulado, con una programación muy discontinua y que se va a ver fuera del hogar, ordena encuentros, programa salidas. Es una televisión que se mira y se comenta. Una entrevistada cuenta cómo el televisor estaba en el living, pero lo orientaban hacia la puerta y todos lo veían desde el patio. "Así no manchábamos el piso", aclara. Había pocos televisores, pero contaban con una audiencia muy superior a la familia tipo que representaban las publicidades.[12]

Una mención especial merecen las unidades básicas que son recordadas en muchas entrevistas como uno de los lugares a donde se va a ver televisión como resultado de una planificada recepción masiva de una televisión que está fuertemente identificada con el peronismo. De hecho, la señal de Canal 7 era la foto de Perón y sus discursos se transmitían casi a diario por la pantalla. La televisión en las unidades básicas presupone una televisión concebida como instrumento de difusión política y pedagógica –aunque allí se vieran también deportes y otros espectáculos– que, por otra parte, es la propuesta oficial de la instalación en la Argentina: "Una televisión estatal al servicio de la cultura y la educación". En los diarios de octubre de 1951 se destaca que el Ministerio de Comunicaciones hubiera enviado gratuitamente televisores a las escuelas de la Ciudad de Buenos Aires. Si los televisores efectivamente llegaron a las escuelas, no quedó rastro de su presencia en los testimonios recogidos. Del circuito partidario peronista, evidentemente sí. En todo caso, ya sea en forma más o menos planificada, sean unidades básicas o clubes sociales, durante la primera mitad de la década la televisión se miró casi siempre fuera del living.[13]

El primer televisor

La incorporación del televisor a comienzos de los sesenta, cuando se produce su mayor expansión en Buenos Aires,[14] no consigue conformar relatos comparables a las maravilladas anticipaciones técnicas de las décadas precedentes. Se trata de un electrodoméstico comprado en cuotas que no comporta el goce ligado a la construcción de la radio casera. El gusto popular por la técnica se mantiene vigente, pero el placer ya no surge del "saber hacer" manual, sino del gusto por el último consumo de moda de los adelantos: "En mi casa tuvimos uno de los primeros televisores del barrio. A mi papá le debían una plata, no me acuerdo de qué, yo era chica, y le pagaron con un televisor. Yo vivía en Lanús, nadie tenía televisión. Era bárbaro".[15] "Yo tuve televisión cuando nadie tenía. Mi vieja se ganó un concurso. Se ganó una cocina (nosotros ni teníamos gas), una heladera, un lavarropas, y un televisor. Todo el barrio viendo cómo bajaban las cosas del camión cuando las trajeron. Fue un espectáculo." Son relatos fechados a comienzos de la década del sesenta de manera que, desde el punto de vista histórico, no se trata de los primeros televisores, pero en ellos la televisión puede ocupar finalmente un lugar privilegiado en la historia personal. "En casa tuvimos de los primeros televisores" es la fórmula que condensa la pretensión de exclusividad en el relato. Concursos, familiares o amigos que viajan a Estados Unidos son modos de acceso al primer televisor que intentan recortar la singularidad de lo que se está volviendo masivo.

El gusto por "los adelantos" no supone disfrutar del "para qué" de un nuevo aparato: sus funciones, sus "ventajas", resultan sino irrelevantes, al menos secundarias promesas a futuro respecto del brillo actualizado y presente que ofrece el aparato mismo.[16] Las funciones potenciales exceden su uso cotidiano, pero la sofisticación medida en términos de calidad resultan irresistibles para el amante de los adelantos. Una entrevistada cuenta que su padre era arquitecto y se compró el primer televisor en 1951, "un Admiral extrachato, era una cosa enorme, pero me acuerdo que decía extrachato, con unas letras doradas. Mi mamá decía que no le pegaba con nada en el living. Ella nunca quiso llevarlo al cuarto. [...] A mi papá le gustaba tener todos los aparatos que salían. Antes, le compró a mi mamá un lavarropas de esos con rodillos, que rompía toda la ropa. Mi mamá prefería... nosotros teníamos una señora en casa, pero mi papá decía 'si se inventó el lavarropas'...

Era terrible. Porque había que sacarle todos los botones a la ropa, si no se rompían. Sacárselos, después cosérselos...".

La practicidad del lavarropas no era necesariamente su mayor virtud y el interés por el televisor forma parte del mismo universo. Se compra en 1951, pero además un modelo extrachato, no la primera generación, sino uno que significara "estar al día", probablemente en relación con Estados Unidos. Para la madre, en cambio, se trata de un objeto que no encuentra su lugar. La tecnología no es necesariamente práctica y definitivamente no es decorativa, salvo que se le sumen agregados vistosos. Las revistas para el hogar tardarán décadas en ofrecer "soluciones" para el televisor que consistirán en el modo más adecuado de ocultarlo o disimularlo.

"Me gustó porque había figuras que se movían, era un aparato grande, de pie. Me compré el mejor y más grande modelo que había en plaza. Era muy cara y al principio sólo se veía en los negocios o en las confiterías. [...] Fui el primero en comprarme un tocadiscos de alta fidelidad y trataba de tener siempre todos los adelantos." La adquisición temprana del primer televisor se coloca en relación con la compra o el uso de otros electrodomésticos, no con el hecho de ver televisión. Un televisor a comienzos de los cincuenta valía aproximadamente el doble que una heladera. Sólo el status o el placer de estar al día en la carrera tecnológica –en todos los casos un alto poder adquisitivo– podían justificar su compra. Un solo canal que transmitía pocas horas al día una programación más que precaria, difícilmente justificaban el desembolso de la inversión requerida. De allí que los "aparatos" sean tan importantes en ese primer momento. No había mucho más que eso.

"De lo que mejor me acuerdo era de lo mal que se veía. Se veían rayas, rayas y rayas, y todo el mundo seguía mirando las rayas como hipnotizado. No se veía nada, pero nadie despegaba los ojos ni apagaba el televisor. Porque venían mal calibrados, aparte no teníamos antenas. No sé qué tal serían los televisores y las transmisiones. No sé, pero me acuerdo que era desastroso cómo se veía." Sintonizar era todo un problema. Los aparatos se estropeaban con demasiada facilidad y a juzgar por los avisos de ingenieros que ofrecían sus servicios para arreglar televisores,[17] la solución no debía ser sencilla.[18]

Tele-audiencias y vida cotidiana

Cuando la televisión se integra por fin a la vida cotidiana, lo hace mediante hábitos que variarán significativamente en las décadas siguientes. "Ni a la mañana, ni cuando se come, hay que mirar televisión" es una regla que condensa un horario reducido y una rutina persistente: "Las mañanas son de la radio, las tardes y la noche de la televisión". Uno de los programas más destacados de esta primera etapa llevaba por título *Teleteatro para la hora del té*, con lo que se indicaba un horario legítimo y un uso del medio en forma ritualizada.

Horario y espacio limitados sirvieron como formas de contención a la tendencia expansiva de los medios de comunicación masivos durante esta primera etapa. Cuando un testimonio señala que "El televisor [...] estaba en un lugar determinado y había una hora fija para verlo" es posible inferir que el televisor no estaba allí donde transcurría "la vida". El televisor único se encontraba en un lugar especial: "en el comedor grande de las visitas y nosotros comíamos en el comedor diario, así que te daban permiso en los horarios estrictos que estaba el programa que vos querías ver". Se trata de una televisión que recorta un momento ritual donde el espacio también juega un papel importante y permite especificar las fórmulas de prohibición y permiso para los chicos. La radio también se asocia con momentos rituales de la infancia: *Tarzán* al volver de la escuela o el radioteatro después de cenar. Pero la diferencia es que se asocia a otras actividades simultáneas: tomar la leche, hacer los deberes, planchar, coser, cocinar. La televisión requiere otra distribución espacial: todos sentados frente a una pantalla que exige completa atención. El pasaje del living a la cocina estará asociado a la facilidad para la dispersión y la simultaneidad con otras tareas, algo recurrente en los testimonios femeninos, pero el televisor todavía estaba más cerca del sillón que de la tabla de planchar. La programación de esa época es calificada de "ingenua", "inocente" y menos "fantasiosa" que la radial, pero a pesar de ello la televisión exigía mayor concentración. La imagen "atrapa", "hipnotiza" y no permite hacer nada más al mismo tiempo. En consecuencia, ver televisión "es perder el tiempo".

Sin embargo, en este punto, los modos del ver ya no se relacionan con los cambios históricos, sino con diferencias sociales y culturales. A medida que la cultura televisiva va adquiriendo mayor espesor, aunque sigue inci-

diendo enormemente la segmentación generacional, también se vuelve más relevante la extracción social y las experiencias culturales no televisivas de su público. En cualquier caso, la historia social de la televisión es compleja y sus connotaciones han variado mucho en la historia posterior a su surgimiento; las críticas, asimismo, comienzan, en su mayor parte, después de la década del cincuenta. Durante la primera etapa, en cambio, los intelectuales se muestran o bien indiferentes o entusiastas frente a las posibilidades del medio, y lo mismo ocurre en el periodismo, particularmente en la prensa popular. La televisión en esta etapa es vista como un ícono de reunión familiar y en general, las críticas desde la psicología o la sociología no aparecerán antes de la década siguiente. Una carta de lectores incluida en *Teleastros* puede mostrar este contraste, no porque confiemos en su veracidad, sino porque da cuenta de un verosímil de época:

> ...Qué influencia ha tenido en mi familia la televisión... Muy sencillo: una influencia benigna. Mi madre que no salía casi nunca, pasa momentos hermosos ante algunos programas. Todas las noches se instala cómodamente en su sillón y asiste, sin salir de casa –como ella dice complacida– a determinados espectáculos, prefiere las obras teatralizadas o los números españoles de danza y canto. Mi marido, trabajaba, o leía hasta tarde, aislándose completamente de los problemas familiares, a tal punto que sus propios hijos le eran extraños. Hoy, con la televisión, estamos todos reunidos y durante esa hora o dos que pasamos juntos, el padre y los hijos se sienten más unidos. Opinan, se ríen o critican juntos lo que oyen y ven. Yo asisto a eso satisfecha porque me dolía este divorcio espiritual de mi marido y mi hijo mayor. En cuanto a éste, puedo decir sin vacilar que la televisión ha logrado el milagro de mantenerlo quieto durante largos ratos. Los estrépitos van decreciendo y sus gritos y saltos también. Suelo encontrarlo cómodamente sentado y en calma, asistiendo a los programas que le interesan. [...] Creo, firmemente, que el sentido de familia se agiganta con la televisión porque reúne a todos alrededor de un mismo interés.[19]

Como en el caso de las publicidades –la carta se parece bastante a una– el eje es el hogar, la unión familiar, la reunión, el ritual cotidiano y doméstico.

En una nota titulada "La televisión en el hogar" se insiste en la misma idea: la programación es un elemento superficial en la televisión, lo que realmente importa son las consecuencias que trae al "Hogar": "[...] en los EE.UU., [...] desde que la televisión se ha desarrollado en la forma sorprendente que ya es conocida (más de 25.000.000 de televisores funcionando y cerca de trescientas estaciones transmitiendo), el número de divorcios ha disminuido. A primera vista la relación entre una cosa y la otra, carece de sentido. Pero un análisis calmoso del punto nos proporciona la explicación. El televisor mantiene unida a la familia. Y el espectáculo en la propia casa significa la vuelta al hogar, el regreso a la abandonada tertulia". La comparación con los efectos logrados en Estados Unidos es recurrente: si bien la Argentina estaba algo retrasada, no había por qué preocuparse pues pronto alcanzaríamos la cúspide del bienestar.

Los distintos modos de apropiarse de la televisión cuando ésta todavía era un objeto extraño, no son más que diferentes estrategias de volverla familiar.[20] Sin embargo, todavía no es posible conformar identidades culturales organizadas en base a relatos televisivos compartidos. Todos los entrevistados percibieron la radio como el medio más cálido en aquel momento. El hecho de que sólo se aluda a los "aparatos" y los programas apenas sean mencionados, es un dato que reafirma lo dicho. Es necesario aguardar la televisión de los sesenta para encontrar una "generación televisiva" por haber compartido la experiencia de ver *El capitán Piluso*. No ha quedado, en cambio, una generación de *La pandilla Marylin*.

Notas

[1] Algunos fragmentos de este capítulo pertenecen a "De cuando la televisión era una cosa medio extraña. Testimonios sobre la primera década de la televisión en la Argentina", en: Margulis, Mario y Urresti, Marcelo (comps.), *La Cultura en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural*, Buenos Aires, Oficina de Publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires, 1997, y en: Alejandro Grimson y Mirta Varela, *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, EUDEBA, 1999.

[2] Los testimonios citados en este capítulo provienen de 300 entrevistas realizadas por estudiantes de la Cátedra de Teoría de la Comunicación II (Aníbal Ford – Alejandro Piscitelli) de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires sobre la memoria de los medios de comunicación en la Argentina. De esas entrevistas, seleccioné 110 que contenían información sobre la televisión. Fueron

realizadas a familiares de los estudiantes o personas pertenecientes a la generación de sus padres y abuelos en 1989 y 1995 respectivamente y supervisadas por los docentes de la cátedra de la cual yo formaba parte. Se trataba de entrevistas abiertas de tipo biográfico, que tenían como objetivo reconstruir la relación de los entrevistados con los medios de comunicación. La televisión ocupaba el mismo lugar que los demás medios, de allí que a veces no apareciera espontáneamente y otras apenas se mencionara. A este material se suman tres entrevistas similares que realicé personalmente en mayo-junio de 1996, pero centradas en la relación con la televisión.

[3] A partir de otros testimonios sabemos que la segunda parte agregaba "La televisión pronto llegará, pronto llegará, yo cantaré, tú me verás".

[4] No pudimos constatar cuántos números salieron en total; en la Biblioteca Nacional sólo se conservan los tres primeros que es el material consultado. El número 1 se lanza como una forma de festejo aniversario en octubre de 1953 y su presentación se realiza con un programa televisivo. Suponemos que salieron pocos números más ya que en las revistas de la misma editorial aparece la publicidad y algún comentario después del primer número, pero desaparecen rápidamente las referencias.

[5] Esta observación es realizada por Spigel (1992) respecto del tratamiento que reciben los aparatos de televisión en la década del cincuenta en Estados Unidos por parte de las revistas femeninas y de decoración. Spigel encuentra una contradicción entre este intento de "invisibilización" de la televisión y el modo en que es connotada como símbolo de status. Su hipótesis es que la conversión de la TV en un medio de masas en la cultura norteamericana resulta tan vertiginoso que su capacidad para la distinción cesa muy rápidamente y los sectores altos se ven obligados a "ocultar" rápidamente los televisores. El proceso que estamos describiendo en la Argentina es radicalmente distinto por los largos años que toma la extensión masiva del medio, pero además porque los televisores que llegan al país inicialmente tienen las características que Spigel adjudica a un segundo momento de la televisión norteamericana, cuando aquí apenas comenzaba.

[6] Citado por Goldar (1992).

[7] "En el cielo porteño se incrusta ya la antena televisora más grande del mundo", *Antena*, N° 1068, 11-9-1951.

[8] La política de vivienda del peronismo ocupó un lugar destacado entre los planes sociales: al derecho a una "casa propia" y a una "vivienda digna" se sumaron características arquitectónicas (entre las cuales se destaca el "chalet californiano") promovidas desde el gobierno, que conformaron una imagen característica de lo que significaba "la buena vida" para los sectores populares. Al respecto, puede verse Ballent (1999).

[9] *Radiolandia*, 24-11-1951.

[10] Véase Alabarces (2002).

[11] Spigel (1992:196) señala que en 1946, la televisión era exhibida principalmente en tabernas, tiendas e inclusive en buses hasta que en 1950 se decreta en varios estados la prohibición de la televisión en medios de transporte. Castro de Paz (1999) también describe el intento por asimilar a la televisión por parte de los grandes estudios cinematográficos en Estados Unidos antes de que el decreto de 1948 prohibiera a las empresas cinematográficas ocuparse simultáneamente de la producción, distribución y exhibición. La salida que habían hallado las Majors, fue la exhibición pública de espectáculos principalmente depor-

tivos en los llamados "Theater Television" que en 1952 alcanzaron un pico de 102 en todo el país. Sin embargo, después de esa fecha, la práctica decae y los estudios se ocuparán principalmente de producir telefilmes, esto es, de asimilar la televisión a la producción cinematográfica antes que a su exhibición.

[12] Este fenómeno no es en absoluto privativo de la televisión en la ciudad de Buenos Aires, y probablemente se haya extendido temporalmente en el interior del país. Respecto de otros países, Bechelloni (1990), por ejemplo, retoma la investigación de Lidia de Rita cuyo trabajo de campo se realiza entre febrero y septiembre de 1959, cinco años después de las primeras transmisiones en Italia. Se trata de una comunidad de campesinos que mira televisión en el único local público que posee un aparato. Bechelloni señala que "Las condiciones de escucha son, de alguna manera excepcionales y ciertamente no de las mejores; estamos muy lejos de las condiciones de 'naturalidad' y de 'cotidianización' que se realizarán veinte o treinta años después de aquel lejano 1959. Se va a ver televisión como se va al cine", p. 61. También William Boddy (1995: 42) señala respecto de los comienzos de la televisión norteamericana: "En los primeros años de la televisión comercial norteamericana, la audiencia de los bares, mayoritariamente masculina, representaba una significativa proporción de espectadores".

[13] El primer sistema de televisión inaugurado en Alemania en 1935 también fue pensado para la recepción pública por el gobierno nazi. Así fueron emitidos, por ejemplo, los juegos Olímpicos de 1936. Sin embargo, también es posible encontrar experiencias iniciales de recepción pública en otros contextos y con otros signos políticos. Una experiencia interesante es la de los *télé-clubs* en Francia a comienzos de la década del cincuenta bajo supuestos comunitarios y de democratización cultural. Al respecto puede verse el trabajo de Marie Francoise Lévy (1999).

[14] Durante esta época, la televisión sólo fue vista en la ciudad de Buenos Aires. Las audiencias del interior del país, por su parte, exigirían una reconstrucción paralela, ya que la televisión llega aun con más retraso y se comienza a imaginar a través de relatos orales de quienes visitaban Buenos Aires: "Un sobrino que cuando viajaba para allá, nos contaba porque él ya tenía televisor. Contaba que era algo muy lindo. Como la radio, pero con una pantalla donde se veía una imagen". Todos los entrevistados del interior vieron televisión por primera vez en Buenos Aires. La televisión en esos relatos se mezcla sistemáticamente con el ascenso social –"el sobrino que *ya* tenía televisor"–, la vida urbana y la modernidad.

[15] Sólo los niños pueden apreciar inicialmente las virtudes del nuevo medio que para sus padres todavía no podía competir con la radio.

[16] Murdock, Hartmann y Gray (1994: 152) utilizan la noción de máquina "autorreferencial" al hablar de las primeras computadoras domésticas, en el sentido "de que los placeres que ofrecen derivan no de las aplicaciones particulares sino de la posesión de la tecnología misma y de la resolución de problemas relacionados con su puesta en marcha". También Sarlo (1992: 114), señala respecto de la radio en los años veinte cómo "muchos aficionados, en estos primeros años, tienen una relación en la que el 'saber hacer' potencia el disfrute" y agrega: "Sintonizar ya era un hecho técnico en las condiciones de recepción de esos años". Es interesante cómo en el caso de la radio, si bien sintonizar también ofrecía dificultades técnicas, estaba ligado al "saber hacer" como forma de construcción de las radios caseras. En cambio, respecto de las computadoras personales, ese "saber" ha cambia-

do de signo. Nos interesa aquí cómo ubicar la televisión en relación con este problema: más cercana a la radio como medio, pero anticipando las nuevas tecnologías en su forma de apropiación.

[17] En las revistas consultadas se reproducen los chistes sobre televisión que tienen la figura del "técnico" como protagonista: desde el precio excesivo de sus servicios, hasta la asiduidad de sus visitas que los suelen convertir en amantes de las amas de casa o amigos de la familia. Todavía en la década del sesenta, esta figura aparece en los programas humorísticos de la propia televisión y es uno de los tipos representados por la película *El televisor* donde el técnico está protagonizado por el actor Tato Bores. Volveremos sobre esta película en el capítulo 7.

[18] En el interior del país los recuerdos sobre los problemas de sintonización serían aun más perdurables en la etapa posterior e implicarían seguramente rastrear todo un conjunto de saberes y rumores específicos: cuántos metros debía tener la antena, la influencia del clima, esto es, días en los que se podía ver y días en los que no se podía ver televisión, e inclusive técnicas específicas. Por ejemplo, una entrevistada nacida en Bolívar, provincia de Buenos Aires, recuerda unas pantallitas azules que había que colocar delante de las pantallas para que se viera mejor, y de paso no hiciera mal a la vista. Testimonios similares se registran en Longo, 1999. Para una perspectiva específica de la incorporación de la televisión en el interior: Arabito, 1994.

[19] *Teleastros*, N° 2, 1953.

[20] Silverstone utiliza el concepto de "domesticación" para señalar este proceso de apropiación de las tecnologías de comunicación en el ámbito doméstico. Silverstone, Hirsch y Morley (1994) especifican cuatro aspectos de ese proceso: la apropiación (modos de acceso y posesión, que hemos señalado en la primera parte de nuestro trabajo), la objetivación (la ubicación espacial y contextualización del objeto en el ámbito doméstico), la incorporación (que presupone un proceso temporal de familiarización con el medio) y la conversión (conexión con el mundo exterior, donde intervienen los significados, los textos y las tecnologías).

Capítulo 5

Modernización estética y de las costumbres

La oferta televisiva de los sesenta puede condensarse en un repertorio de imágenes que saturó la pantalla en forma diversa aunque redundante, y que logró otorgarle a la televisión una identidad simplificadora, pero de una contundente eficacia. Es probable que un análisis del modo en que se estructura la programación no arroje un saldo de modificaciones notables respecto de la televisión de los cincuenta. Se amplía el horario de transmisión en varias horas, se estabiliza una grilla donde se asocia un horario a un programa o a un género específicos y se consolida la organización en base a géneros, de manera que telenovelas, comedias, shows musicales y humorísticos, noticieros, programas de preguntas y respuestas, series, filmes, publicidades y dibujos animados, conforman un cuadro cuya pretensión más lograda es la de divertir con su aparente diversidad. Si bien desde el punto de vista de la estructuración de la programación, los canales privados aumentan, profundizan y logran darle continuidad y estabilidad a características que ya estaban presentes en la televisión del período anterior, hay dos aspectos respecto de los cuales introducen innovaciones sin precedentes.

En primer lugar, la existencia de "estilos" y "estéticas" diferenciadas entre los canales a causa de la competencia por la audiencia que esta situación provoca. Cada canal intenta imponer una identidad de imagen que interpele de manera fuerte a una parte de la audiencia, aunque la pretensión de masividad obtura la tendencia a la fragmentación que la programación discontinua propone. La programación "familiar" ocupó las franjas "nobles" del horario televisivo, en un momento en que la existencia del segundo televisor no era la norma y donde, en consecuencia, la identidad de los canales –como después ocurriría con el cable– no podía basarse en

una fragmentación que dispersara al público, sino que debía atraer y aglutinar la mayor cantidad y diversidad de audiencia posible.

En segundo lugar, los canales privados consiguieron establecer un repertorio de imágenes que, aunque no son privativas del medio sino que, antes bien, podrían caracterizarse como representaciones de época, es en la televisión donde alcanzan su mejor condensación. Peinados, poses, objetos, planos, espacios y formas no sólo irrumpen con su novedad en la pantalla, sino que también se convierten velozmente en el estilo hegemónico consiguiendo, de esta forma, la colocación de la televisión como referente de la fachada modernizadora. De allí que hayamos elegido leer y detenernos en algunas de estas imágenes como forma de organización de nuestro análisis sobre la oferta de la pantalla televisiva de la época, sin ninguna pretensión de exhaustividad. La elección de otros criterios para la presentación de esta cuestión sería sencilla de justificar. El análisis de los géneros predominantes, por ejemplo, en una programación decididamente volcada a esta organización resultaría una elección casi "natural". Los análisis de los textos televisivos han seguido –en su mayor parte– este criterio, de manera más que justificada. Se trata de un concepto con larga tradición en la literatura y en el arte y decididamente más adecuado que el de autor o el de obra para el análisis de los textos de la cultura de masas. Sin embargo, consideramos que ese camino nos llevaría a describir la programación reproduciendo los parámetros con que la misma se presentaba, pero sin poder develar núcleos de significación que sobrepasan esos límites.

Nos proponemos, en cambio, realizar una lectura a contrapelo de los parámetros impuestos por el medio y que permita rastrillar la textualidad televisiva deteniéndonos en aquellos puntos que se presenten como recurrentes, discordantes o densos. No podemos recorrer esa trama discursiva en su totalidad debido a la escasez de fuentes existentes.[1] Sin embargo, no se trata únicamente de un problema metodológico relacionado con la reconstrucción histórica que estamos realizando sino de un problema metodológico relativo al análisis de la textualidad televisiva en general, ya que las dificultades para su delimitación e interpretación también se presentan en la televisión contemporánea e inclusive en forma más acentuada debido a que la cantidad de horas de transmisión aumentó exponencialmente.

La caracterización de la televisión en tanto "flujo" continuo (Williams, 1992) resulta más apropiado para describir el modo en que el público se

relaciona con este medio (un tipo de consumo más parecido a abrir la canilla o prender la luz que a ir al cine o al teatro desde el punto de vista de las acciones prácticas que requiere). Entendemos que no se trata de una decisión marginal para nuestra investigación ya que el proceso histórico que estamos describiendo supone, en buena medida, la construcción de ese "flujo" en la televisión argentina. Si en la década del cincuenta –como hemos desarrollado anteriormente– el horario reducido y la falta de estabilidad de los programas, así como las condiciones mismas de la recepción hicieron que el "ver televisión" se asemejara más a ir al cine que a escuchar la radio, lo que estamos tratando de describir es el proceso por el cual la televisión pasa de una programación discontinua al continuo ininterrumpido de imágenes.[2] De manera que la organización seguida para la presentación de este capítulo intenta un acercamiento relativamente más fiel al modo en que se presenta la textualidad televisiva del período. Pretendemos, en definitiva, iluminar algunos fragmentos que si bien no serán representativos de la totalidad, servirán para dar cuenta de los aspectos más densamente significativos del conjunto y de los elementos que se incorporan como novedad durante esta etapa.

El volumen, lo efímero, lo geométrico

En 1951 una publicidad de televisores mostraba un aparato atravesado por una tira de celuloide. La pantalla reproducía uno de los fotogramas: una escena romántica. Entre los restantes había una película de piratas, un número de Music Hall y una carrera de automovilismo, es decir: cine, teatro, deportes. "Un nuevo mundo en su hogar" aclaraba el slogan de CBS Columbia. El televisor, allí, no era más que una caja que reproducía aquello que le colocaban en su interior, un objeto pasivo con todas las ventajas de la transparencia y la objetividad. Fiel, de una fidelidad consistente en no traicionar aquello que reproducía y que, sin embargo, le resultaba ajeno y externo.[3]

En 1962 otra publicidad de televisores muestra un número de bailarinas.[4] Una de ellas está saliendo de la pantalla: su cabeza, su mano y su pierna en alto desbordan la estrechez del escenario televisivo. Las bailarinas no sólo emergen desde dentro del televisor, sino que además lo desbordan y

avanzan sobre el espacio del espectador borrando, de esta manera, los límites de la pantalla que se ha vuelto permeable. En muchos chistes gráficos de la época ocurre a la inversa y es el espectador quien penetra la escena. La imagen del televisor como *receptáculo* de tiras de celuloide o como *escenario* escaso para un musical, permite dar cuenta de los cambios entre uno y otro momento. La televisión se ha convertido en motor de sus propias imágenes y en un elemento activo sobre la realidad que la circunda.

En esa transformación, ha adquirido volumen, ocupa espacio en la vida cotidiana y se recoloca de manera pujante en relación con otros ámbitos de la cultura. De receptáculo vacío a fuente desbordante de paredes permeables, indefinidas y cambiantes, la televisión se vuelve una forma en aumento. El cambio de percepción respecto de los televisores que muestran las publicidades mencionadas, bien puede interpretarse como una de las diferentes formas que adopta la transición que más arriba hemos llamado el pasaje del *televisor* a la *televisión*, ya que no se trata de una transformación técnica significativa sino de la emergencia de imágenes específicamente televisivas. La pregunta, en consecuencia, es ¿en qué imágenes toma cuerpo ese nuevo lenguaje?; ¿qué imágenes son percibidas como *salidas* de la televisión? Se trata de la primera vez que el medio es capaz de exportar las nuevas imágenes como propias (algo que el cine había conseguido acabadamente en las décadas precedentes). ¿Qué repertorio elige la televisión en ese proceso? O, a la inversa, ¿cuáles son las imágenes que le permiten a la televisión erigirse en el medio hegemónico?[5]

Si bien la modernización de las imágenes de la televisión de los sesenta atraviesa diferentes aspectos de la textualidad de la época y podrían analizarse otras formas de su anclaje, pocas imágenes condensan más adecuadamente el volumen expansivo de la televisión –el cuerpo de sus imágenes– que aquella de *los peinados femeninos*. Desproporcionadamente agrandadas a través de batidos hasta la exasperación, flequillos abultados hasta los ojos, ondas sinuosas sobre uno de los lados, las cabezas televisivas resultan de una redondez exultante y artificiosa. Los peinados exhiben el desdén por lo natural y por la naturalidad al tiempo que instalan lo ostentosamente artificial como norma. No se trata únicamente de peinados imposibles de lograr naturalmente o en forma "casera", sino de su resolución hiperbólica. Desde las jóvenes caras como Violeta Rivas, hasta Doña Petrona C. de Gandulfo que era un resabio de la televisión de los cincuenta y un cuerpo

absolutamente alejado de los parámetros de la moda, en todos los casos, los peinados batidos y redondeados se imponen como regla.

Violeta Rivas y la estética joven de *El club del clan* (comienza a emitirse en 1962, en vivo lo sábados por la noche) iluminan una de las versiones más representativas del volumen logrado por las cabezas televisivas. Violeta Rivas es rubia de un rubio artificial y agresivo, su pelo es lacio pero no "cae" como debiera sino que se eleva contra la ley de gravedad por sobre su cabeza y se infla hacia los costados. Su flequillo, que a veces sale del centro mismo de su cabeza terminando de darle esa forma esférica, se apoya justo arriba de sus ojos también redondos, como su boca, siempre sonriente, como su cara mofletuda y de una redondez perfecta. Generalmente, las puntas de su pelo están obsesiva y prolijamente redondeadas hacia arriba, para que no queden dudas del artificio. Otras veces, la melena, un poco más corta, termina enroscada hacia adentro a la altura de su mentón, volviendo su cara de luna llena todavía más redonda, si esto fuera posible. Cuando las canciones lo permiten, pega saltitos o hace rondas con las chicas y chicos del ballet, metida dentro de pantalones estrechos y pullovers de cuello volcado y rayas o vivos contrastantes. En esos casos, la melena se recoge en dos colitas a los costados que dejan intacto el volumen del resto de la cabeza. El efecto es extravagante: supuestamente aniñado, pero de una infantilidad producida en la peluquería. La voz es alta y aguda. Todo en ella es "encantador" como dice la canción de presentación del *Show de Violeta y Néstor*[6] y, aunque la canción también dice que "están enamorados, están apasionados, los dos, los dos....", difícilmente la pasión pueda compatibilizarse con ese pelo. A lo sumo, será una "pasión encantadora", correspondida y feliz, dentro de los límites que el noviazgo y el matrimonio imponen.

En este sentido, *la joven esposa* es uno de los personajes más típicos de la pantalla de los sesenta. Se trata de chicas jóvenes, lindas, que hasta podrían ser seductoras, pero que ya no tienen necesidad de serlo porque se han casado por amor con un joven apuesto que también las ama.[7] Pero que –y ahí es donde Violeta Rivas hace la diferencia– a veces se ven agobiadas por la rutina, la estrechez económica de los primeros tiempos o las intromisiones familiares. Silvia Merlino en *La familia Falcón*[8] es el ejemplo más acabado de este personaje. Rubia, delgada, bonita pero sin exagerar, parece que se peinara mirando a Violeta Rivas por televisión. Es una imitación levemente más discreta, tal como la lograría una peluquera de barrio. A

veces –con más asiduidad en el caso de Merlino– el desborde –desborde al fin– del pelo batido, se ve contenido por un moño en la nuca o por una vincha.

Sin duda, la vincha es uno de los marcadores de virtud. La usan las esposas jóvenes o las jóvenes con novio formal, Ana María –la presentadora de *Buenas tardes, mucho gusto* (1960-1982)– las adolescentes inocentes –desde la "pícara" hija del *Doctor Cándido Pérez* (1961-1968) hasta las alumnas de *Señoritas alumnas* (1963-1965)– y las muchachas humildes, especialmente las que son parcial o totalmente "pajueranas", es decir, las empleadas domésticas de casi todos los programas. Por supuesto que se trata de vinchas diferentes: las vinchas de las jóvenes modernas sirven para dar una forma más artificiosa a los batidos exagerados, la vincha de las adolescentes tímidas (Evangelina Zalazar en *Señoritas alumnas* sería el ejemplo más acabado de este tipo) alterna con el moño alto que recoge parcialmente el pelo y ocasionalmente con las peinetas plásticas imitando carey. La vincha de las clases populares, en cambio, es una vincha higiénica que deja completamente al descubierto una cara sin maquillaje y que sólo alterna con una colita en la nuca o con hebillas que apenas sostienen un pelo que se escapa y adquiere formas dispersas. Las cabezas de las clases bajas (aunque no son representadas por "cabecitas negras") nunca son esféricas. Son, en última instancia, de volumen limitado.

Los peinados voluminosos no sólo recorren las horas televisivas, sino que son explícitamente tematizados en uno de los programas más exitosos de la década y que propongo tratar como uno de los textos paradigmáticos del período. Se trata de *El amor tiene cara de mujer*, un teleteatro escrito por Nené Cascallar, dirigido por Edgardo Borda y protagonizado por Delfy de Ortega, Iris Láinez, Bárbara Mujica, Claudia Lapacó, entre otras y por el que desfilan galanes como Jorge Barreyro, Rodolfo Bebán, o Raúl Aubel. Se emitió desde 1964 a 1971 de lunes a viernes a las 18.30 horas, mientras su autora sostenía otros títulos también muy exitosos como *Cuatro hombres para Eva*, que luego sería *Cuatro mujeres para Adán* lo que permite hacerse una idea del éxito alcanzado por la tira y del contraste que esto supone respecto de los teleteatros de la década del cincuenta que no duraban más de una semana. *El amor tiene cara de mujer* articula su historia alrededor del Instituto Vanesa Lertaud, un instituto de belleza cuya dueña es Vanesa (interpretada por Delfy de Ortega) y donde trabaja el resto de las protagonis-

tas. Es un mundo cerradamente femenino, donde el tema casi excluyente son los hombres y las historias de amor. Si bien las relaciones familiares, así como los problemas sociales y económicos ocupan, a veces, parte de las charlas en el Instituto, el eje central lo constituye el romance, o las desdichas y alegrías relacionadas con él. Esos son los temas que discurren mientras el hacer está empeñado en los peinados, el "maquillage" o la ropa. La moda, en síntesis. Son mujeres que dedican completamente sus energías a producir la belleza femenina y a lograr ese volumen tan deseado.

Sin embargo, las líneas curvas y las formas esféricas no sólo son efecto de los peinados femeninos. Las lámparas, las cortinas, los fondos, los decorados en general, abundan en círculos y esferas. En los musicales y los programas de variedades se suman los globos. *Globos y burbujas* flotan desde la platea donde se encuentra el público en *El circo de Marrone*[9] e inundan totalmente la pista cuyo fondo es un conjunto de ruedas entrelazadas formadas por luces que representan con ambigüedad una vuelta al mundo y una montaña rusa. Los globos aparecen arbitrariamente en alguna emisión de *Casino*[10] o a propósito de la representación de un parque de diversiones en *El show de Violeta y Néstor.* Los globos y las burbujas producen volumen en forma fugaz con entera liviandad: se inflan, cambian de forma, flotan, se mueven, desaparecen. Los ballets suelen hacer girar paraguas que también cambian de forma con el movimiento y siempre parecen estar a punto de remontar vuelo. La construcción de imágenes fugaces y efímeras es otra de las características que introduce la televisión de ese período. La televisión de los cincuenta podía exudar precariedad, pero no necesariamente fugacidad. La precariedad se ponía en evidencia por la liviandad y novedad de los objetos que simulaban solidez o antigüedad. En los sesenta, en cambio, la televisión construye la liviandad y la fugacidad en las imágenes. En el caso del cine comercial del período (en particular los musicales que abundan en todos los tópicos aquí descriptos) las imágenes producen un claro "efecto televisivo", una de las marcas más notables del modo en que la televisión comienza a colonizar otras zonas de la cultura.[11] No parece casual que Marta Minujin haya elegido llenar de globos el espacio previsto para un *happening* transmitido por Canal 7 en 1964.[12]

Las cortinas de tiritas, generalmente metalizadas, también funcionan como fondo de los musicales, o las cortinas de gasa que dejan traslucir leve-

mente la orquesta y producen un efecto vaporoso, además de un juego de luces y sombras. Las sombras de los cantantes proyectadas sobre los fondos o los pisos geométricos suelen duplicar las figuras, al mismo tiempo que refuerzan el efecto de combinación de planos diversos. Los perfiles de los cantantes se insertan en esas geometrías con facilidad, aunque la diferenciación entre las tomas de frente o de perfil, la sombra o la nitidez de las imágenes en los shows musicales suele estar asociado al ritmo de las canciones: los tangos, los boleros, las canciones románticas –el repertorio que tironea hacia el pasado, en síntesis– eligen perfectos perfiles con sombras y proyecciones a granel; la novedad del pop juvenil, en cambio, exige la nitidez de los planos amplios, de frente, que muestren la alegre redondez de los jóvenes antes que los ángulos dolorosos o melancólicos, o la ambigüedad de las sombras.

La duplicación y encadenamiento de las formas reproduce, además, el volumen. De allí que los dúos sean una formación recurrente: Violeta y Néstor, Cristina y Jorge (conduciendo *La escala musical,* 1962-1967) pero también las mellizas Mirtha y Silvia Legrand o las menos perdurables Cora y Candy o simplemente listados de hermanas que pasaban por *El show de la alegría* (1963-1966) o *Estudio A* para cantar y bailar. La aliteración de los nombres (Carola y Carolina; Cora y Candy) reproduce la repetición de ropa y movimientos. En el caso de Cora y Candy, cuando bailaban en *La escala musical,* la pantalla era partida en forma de V o de franjas, de manera que se cuadruplicara o sextuplicara la doble imagen de las mellizas. Rodeando la particular singularidad de algunos ídolos, las horas televisivas se encontraban plagadas de clones estrafalarios cuya repetición diluía sus contornos de nítida apariencia.

La publicidad de la época combina la fugacidad del consumo con la proyección de una modernidad distante y próxima a la vez. No es que en la Argentina los medios de comunicación no importaran modelos en otras etapas, pero lo que estamos describiendo es un cambio en el origen, la representación y los efectos de los modelos. El consumo televisivo en los sesenta tiene rasgos modernizadores que sólo ocasionalmente pueden tomar la forma de "Vanesa Lertaud", es decir, la legitimidad francesa para el consumo suntuario y de la moda. Generalmente prefiere las formas del pop y de los marcadores de hábitos norteamericanos. Así como hemos descripto sus marcas visuales en los peinados batidos o los decorados geométricos,

también es posible rastrear su presencia en los hábitos de los personajes que habitan la pantalla.

La gente en televisión bebe incansablemente *whisky* en toda ocasión. A diferencia de los personajes del cine de los cuarenta o cincuenta que brindaban con champagne o servían anís o licores de fruta que aguardaban en infaltables licoreras de cristal, los personajes de la televisión de los sesenta que a veces conservan las licoreras y de esa manera evitan la publicidad de marca– toman invariablemente *whisky* en vasos anchos con mucho hielo (*on the rocks*, obviamente).[13]

Cuando no bebe, la gente en televisión fuma: los personajes masculinos y femeninos de teleteatros y comedias, los periodistas, los conductores de programas de entretenimientos. A veces, los conductores llegan a hacer malabares para sostener papeles y cigarrillo simultáneamente. Pero generalmente el cigarrillo resuelve los problemas que se les presentan a todos con las manos: los periodistas, particularmente, tienen serias dificultades para resolver sus movimientos ante cámaras y el cigarrillo es un comodín multivalente. De cualquier manera, lo más notable no resulta la gente fumando en cámara, sino el modo en que el humo impacta las imágenes televisivas: el humo se interpone entre los personajes y la cámara, o adquiere formas indefinidas en primer plano mientras lo que se supone que es el foco de la imagen queda borroneado detrás de ese gris amorfo. Es que el humo –como la proyección de sombras que también abunda– es inasible, e impone un tipo de evanescencia extraña sobre los fondos de figuras geométricas con contornos nítidos y brillantes. O quizás algo tan obvio como la consumación del consumo ante cámaras, algo que la publicidad también consiguió con habilidad.

Si el cigarrillo resulta omnipresente –y sólo adquiere un aire "modernizador" cuando está en boca de algunos personajes femeninos de la pantalla– el *whisky*, como las corbatas a rayas, los gemelos, las trabas para la corbata y los despachos con escritorios y muebles para archivo, forman parte del conjunto de símbolos que rodean a *los ejecutivos* que pululan por la televisión de los sesenta. Entre todos esos símbolos, destacan, sin duda, los cuadros estadísticos de gráficos que se encuentran colgados detrás de los escritorios de los personajes. Uno de los capítulos de *La nena*[14] comienza con las palabras de Osvaldo Miranda –el padre viudo– que mira a cámara y dice, dirigiéndose al público:

> Esto que ven aquí es un gráfico de ganancias y está detrás de todos los escritorios de los que se creen ejecutivos. Cuando la rayita va para arriba uno gana, cuando la rayita va para abajo, uno gana menos. Es decir que es un sube y baja. Porque los negocios y sobre todo los negocios de inversiones como el mío, están llenos de escaleritas que suben y de escaleritas que bajan. Formoso, mi socio, dice que ese sube y baja se debe a que yo le hago el capricho a los clientes. Lo que Formoso no sabe es que hay otro motivo. ¿Cómo? Sí, claro, la nena... Y hay que ver cómo se complican las escaleritas cuando la nena quiere ayudar...

Los ejecutivos, los negocios de inversiones y la representación "científica" de los vaivenes de la economía empresarial quedan sintetizados en esos cuadros que, por otra parte, tienen en los programas una factura muy artesanal, como ocurre con toda la gráfica que representa carteles de la vía pública, negocios u oficinas. Es la modernización económica y el ejecutivo como personaje emergente del momento, combinado con "el capricho" y los afectos familiares. Después de todo, el personaje es un ejecutivo que siempre lleva una flor en el ojal y detrás de esa pátina modernizadora, la comedia se desarrolla en el marco de relaciones familiares muy conservadoras.

De todas maneras, ni siquiera en el pop juvenilista de los programas musicales que es donde la traslación de los modelos norteamericanos se produce en forma más literal, se deja totalmente de lado la hibridación con las tradiciones. La mixtura de ritmos de origen diverso en los shows musicales es algo que ya estaba presente en el cine, la radio y que había formado parte de la televisión de los cincuenta. Lo particular de la música televisiva de los sesenta es cómo hace pasar todos los ritmos que transita por una suerte de ecualizador universal hasta lograr que todo suene "encantador" y que cualquier tema pueda ser "interpretado" con una sonrisa de publicidad de dentífrico, mientras se pegan saltitos en medio de una ronda de ballet –que también da saltitos– mientras todos hacen juegos infantiles con las manos. Peggy Sol canta que ya no se podrá enamorar con una sonrisa en la boca y pegando los consabidos saltitos; las mellizas Cora y Candy gritan que alguien les destrozó el corazón mientras se mueven a dúo sacudiendo sus polleras de flequitos, muy lejos de los desgarros pasionales del tango o el bolero.

Sin embargo, estos personajes tampoco eran una copia exacta de los modelos originales con los que esta artificiosidad producida en la Argentina convivía en la pantalla. Aunque no es nuestra intención detenernos en las imágenes provenientes del cine y las series que la televisión ponía en circulación a través de su pantalla, es indudable que el repertorio de imágenes del período incluía también a cowboys, detectives, comedias, dibujos animados y superhéroes. El corpus compuesto por las series exigiría un trabajo específico, pero en este punto resulta interesante hacer referencia al menos a una que fue repetida incansablemente en la televisión de los sesenta y que impuso una estética peculiar. Se trata de *Batman*, en su versión televisiva. A través de la inclusión de códigos de la historieta, la exhibición de la precariedad de decorados en los artilugios técnicos de los villanos, el despliegue y repetición de frases hechas y la codificación de sonidos duplicados en los globos de escritura, *Batman* condensó rasgos de época inconfundibles. Sin embargo, uno de esos rasgos más característicos fue la utilización del color: *Batman* contrastaba colores puros, texturas sintéticas, maquillajes y teñidos de cabello a contramano de las posibilidades de la naturaleza. *Batman* en blanco y negro resulta inimaginable y, sin embargo, así se emitía por la televisión argentina. Esto, que no es más que el resultado de una limitación técnica, redunda en el modo en que la televisión producida en el país podía "modernizar" su imagen con esta limitación. Todos los rasgos introducidos por la televisión de los sesenta como parte de las novedades de la moda parecían reclamar el color: globos, cortinas, pisos con formas geométricas, pullovers con guardas y fondos brillantes no sólo quedaban deslucidos en blanco y negro, también resultaban asincrónicos respecto de los modelos que tenían como referencia.

El pintoresquismo pop

La convivencia de rasgos asincrónicos y la hibridez de las imágenes es un rasgo constitutivo del discurso televisivo. Lo que estamos intentando describir son los materiales con los que se forma esa hibridez inicial. En *El show de Violeta y Néstor*, cada programa tiene una escenografía distinta que intenta poner en imágenes la mixtura musical de su repertorio. En varios de los programas analizados, la tematización elegida coincide con ritmos tra-

dicionales nacionales en versión pintoresquista: un día cantan música "mexicana" en una especie de fundo lleno de objetos alegóricos; otro día es música folklórica argentina que incluye desde un carnavalito hasta una zamba y una escena dialogada –que forma parte de la estructura habitual del programa– en una pulpería. El vestuario convierte a Violeta Rivas en una "coya pop" –por otra parte muy coherente con los arreglos musicales del carnavalito que canta– junto al vestido de lamé y smoking cuando cantan "Zamba para no morir". A veces, Néstor Fabián –cuyo repertorio está mucho más encasillado en el tango– intercala uno en forma extemporánea ("Malena" en mitad del programa dedicado a lo mexicano, por ejemplo). El ballet, por su parte, consta de tres "chinas" muy estilizadas cuyas parejas visten smoking y cuya única marca folklórica consiste en un pañuelito que agitan durante la zamba y durante el twist con el que cierran el programa. De la misma manera, los rudos mexicanos portan armas y bigotes para bailar con mujeres de taco alto en medio de una mezcla de cartón pintado con atados de ramas naturales y cerámicas artesanales. La incrustación de elementos naturales en escenografías muy artificiosas consigue un efecto ambiguo donde la voluntad de realismo produce al mismo tiempo un efecto de esquematismo. Se produce una escisión de perspectivas: los planos generales presentan un conjunto mixturado de elementos pintoresquistas y otros a la moda. Los primeros planos, en cambio, se detienen en detalles que intentan simbolizar la "mejicanidad", la "argentinidad", la "españolidad", según el caso. En *Estudio A*, otro show musical con sketches cómicos, las escenografías enteras son dibujadas: las escenas se presentan en un fondo de dibujos caricaturescos similar a los cartones de presentación de un sinnúmero de programas que pretenden otorgarle un toque de modernidad a los mismos.

Ahora bien, la televisión de los cincuenta también hacía gala del pintoresquismo. ¿Cuál es, entonces, la diferencia? El pintoresquismo que describimos allí se basaba en la precariedad de producción (la reja que iba de un programa a otro para simbolizar "lo español" o el fogón realizado con unos pocos troncos para simbolizar "lo criollo") y el efecto de esquematización que eso acarreaba. El pintoresquismo de esta etapa, si bien también da cuenta de una cierta precariedad –como señalábamos respecto de las escenografías o sus reemplazos– introduce una nueva excentricidad en su mirada. Es el pintoresquismo importado del cine norteamericano, la versión latina del Pato Donald recorriendo Latinoamérica. Esa poco sutil manera de dar cuenta

de lo tradicional que lo destaca a partir de su yuxtaposición contrastante con la modernidad americana: pistolas mexicanas y vestidos de lamé, pulpería criolla y smoking, coyas y ritmo pop. Con la diferencia de que Rita Hayworth suponía la pasión desbordante de la latinidad, mientras que el Pato Donald carecía de sexualidad y si alguna vez produjo algún desborde, lo manifestó en ese lenguaje ininteligible y ecualizado. La televisión argentina de los sesenta también ecualiza, aunque muchas de sus voces parezcan muy agudas; consigue que los contrastes no resulten agresivos y que los polos se neutralicen.

La "canción internacional" es uno de los mejores ejemplos del modo en que se inscribe esa mirada. Intérpretes italianos o franceses que cantan simplemente "canciones", un estilo que puede incluir casi cualquier género musical, pero también cantantes locales que pasan del italiano al español de una canción a otra. De esta manera, mientras los programas especiales de *Casino* podían traer a Gigliola Cinquetti, *La escala musical* presentaba a Carla o a Piero que cantaban un tema en italiano y luego otro en español o *La feria de la alegría* incluía a "Beatriz" cantando en francés. Es decir que los programas musicales reproducían el repertorio de los "Festivales internacionales de la canción" introduciendo esporádicamente alguna de sus figuras, pero reproduciendo constantemente sus formas a través de intérpretes locales. Hacia el final de la década, *Casino* realiza producciones desde el exterior: la costa del Mediterráneo, por ejemplo. Todo un show en exteriores con cantantes españoles o italianos junto a los conductores y alguna estrella argentinos. De manera que la "internacionalización" no pasaba sólo por la norteamericanización en este plano. De hecho, abundan los intérpretes solistas (especialmente femeninas) que cantaban en italiano y francés. Los "grupos" de rock o pop, en cambio, cantaban mayoritariamente en inglés y si bien contaban con el modelo de "The Beatles", desbordan en referencias norteamericanas. "Ronie Montalbán y sus SKA", "The Mockers", "The Teachers" son algunos de los nombres de estos grupos efímeros que, sin embargo, poblaban no sólo la pantalla televisiva, sino la radio, los discos y el circuito de presentaciones en vivo. *La escala musical* y *El club del clan* –la versión más exitosa del programa musical juvenil– promocionaban los bailes en clubes donde participaban los grupos y cantantes que pasaban por los programas. Por otra parte, el programa mismo representaba una especie de salón bailable donde el típico "ballet" de los shows musicales era reem-

plazado por el público hasta terminar en un baile con todas las parejas presentes. De manera que la "nueva ola" musical armó puentes simples y directos con el público joven que era el principal consumidor discográfico de la CBS, cuyos capitales formaron parte de Canal 13 desde el inicio.

En más de una ocasión, estos programas tematizan la relación con el interior del país y se preguntan si la nueva ola será comprendida. La respuesta es, por supuesto, afirmativa. Se trata de un momento de apertura de los canales del interior y se suelen anunciar las estaciones repetidoras por donde los programas son emitidos como una forma de personalizar los nuevos públicos: "nuestros amigos de Córdoba", "quienes nos están viendo desde Entre Ríos", "nuestros queridos televidentes de Mar del Plata". De esta forma, la relación entre "el mundo", Buenos Aires y el interior presentaba una continuidad y una sincronía sin conflicto. La presencia de "muchachos del interior" como Palito Ortega (de Tucumán) o Leo Dan (de Santiago del Estero) también le otorgaban otra cuota de hibridación al pop televisivo cuya pátina modernizadora parecía estar en las antípodas de los ritmos folklóricos tradicionales. [15]

Sin embargo, lo tradicional irrumpe por otras vías. Algunos teleteatros, por ejemplo, reproducen la historia del pasaje del campo a la ciudad, de lo tradicional a lo moderno, de una forma que la literatura y el cine habían realizado reiteradamente. *Simplemente María*[16] puede considerarse, en este sentido, como una historia condensadora de esa matriz: la bella pobre que llega del campo a la ciudad para ser desflorada por el niño rico y que consigue forjarse esforzadamente su destino y el de su hijo, a través de su trabajo y su virtud. El éxito de este teleteatro, tanto en la Argentina como en varios países de América Latina, y las sucesivas *remakes* que de él se hicieron, dan cuenta de la productividad de esa matriz. Sin embargo, se trata de una historia que no parece introducir ingredientes radicalmente nuevos desde la pantalla televisiva. En todo caso, permite constatar cómo la televisión es capaz de hacer convivir y volver contemporáneo lo arcaico, pero no revela aquello que la televisión pone en escena como algo nuevo y específico. Que este teleteatro fuera emitido por Canal 9 no parece un dato casual: este canal siempre se caracterizó por volcar su programación hacia el pasado.[17]

En verdad, también *El amor tiene cara de mujer* reproduce la matriz de *Mujeres que trabajan*, un film de 1938 que transcurre en una gran tienda (el modelo porteño para la época era Harrod's). Sin embargo, en *El amor tiene*

...mujer la relación de la historia con el auspicio publicitario de productos cosméticos, las imágenes que focalizan la clase media porteña casi sin contrastes (la empleada más pobre mantiene a sus padres y hermanos y vive en el barrio de Floresta, es decir que el extremo social no sobrepasa los límites de la Capital Federal), y el tono general que evita las oposiciones melodramáticas típicas de otros teleteatros, dan cuenta de un nuevo modo de presentar la modernización que ya no supone el choque brutal entre el campo y la ciudad, lo tradicional y lo moderno, la barbarie y la civilización. En todo caso, cuando esto ocurre, se evita presentar la perspectiva del pobre que siempre está teñida del enfrentamiento con lo desconocido y el deslumbramiento que ello produce.

Es frecuente, en cambio, la mirada entre condescendiente y paternalista de la clase media que educa en la tolerancia. Es lo que ocurre con *La familia Falcón*, que trae una muchacha del norte del país a trabajar a la casa y la incorpora "como parte de la familia". Si alguno de los hijos no lo entiende de esa forma, los padres consideran que es su obligación educarlos en el trato amable a la muchacha y les marcan reglas y límites en ese sentido. De manera que la diferencia social entre la muchacha y la familia es puesta constantemente en evidencia, pero junto con esa diferencia también se presenta un decálogo del buen tratamiento del patrón a la empleada. La diferencia perturba a una clase media que se pretende como focalizador casi excluyente y como referente universal. En *El amor tiene cara de mujer* se tiene la impresión de que las distancias se han acortado a su mínima expresión: una de las empleadas del salón de belleza no sólo tiene una empleada doméstica viviendo en su casa, sino que la llama con una campanilla mientras cena con su marido en un típico living de clase media donde se superponen los sillones, la mesa y la puerta de entrada. La desproporción entre el tratamiento que recibe "la señora de la casa" y su condición de empleada en un salón de belleza, parece parte de la ensoñación telenovelesca, pero también de una representación de la sociedad donde la cercanía y los lazos de intermediación entre los distintos estratos sociales resultan relativamente aceitados y simples.

En los casos en que la diferencia social con la empleada se marca a través de la comicidad (el pobre ingenuo del cual está permitido reírse) como ocurre con el personaje interpretado por Teresa Blasco en *Doctor Cándido Pérez, Señoras*, también aparece una mirada condescendiente que, sin em-

bargo, no impide poner en cuestión la posibilidad de su despido ante un error que afecta los intereses de los patrones. El humor es una de las vías de ingreso para este tipo de personajes que en algunos casos retoman formas que ya estaban presentes en la radio, como es el caso de *Felipe*, el personaje interpretado por Luis Sandrini.

Antes y ahora: la brecha generacional

La pretensión de los nuevos canales por convertirse en la fachada de renovación de la clase media, no sólo resulta productiva para la generación de nuevos íconos televisivos, sino que también se manifiesta en la incorporación de temas y modos de representación de la modernización de las costumbres. En este sentido, la juventud no sólo es aludida y apelada en los programas musicales, sino que inunda prácticamente toda la estética televisiva. Sin embargo, la familia –que siempre se presentó como el público privilegiado a quien la televisión vino a reunir a su alrededor y una de las relaciones sociales más habitualmente representada por la programación– continúa ocupando un lugar destacado en la pantalla. No resulta sorprendente, en consecuencia, que la telecomedia familiar sea uno de los géneros de mayor pregnancia desde los inicios y que, si bien repetía modelos exitosos de la televisión norteamericana, también venía a continuar con tradiciones presentes en el teatro rioplatense y el radioteatro. El título más recordado de la década del cincuenta, *La familia Gesa* –auspiciado por la firma del mismo nombre– sería el antecedente más importante de uno de los ciclos que marcaría la década siguiente: *La familia Falcón*.

La familia Falcón, prototipo de la clase media porteña, condensó elementos que permiten describir un núcleo denso de la televisión de los sesenta: la exposición de una modernidad recatada, una separación oscilante entre ficción y realidad, y continuidad del ciclo con personajes "en crecimiento". Pero fundamentalmente, la capacidad para plantear un momento de cambios sociales vertiginosos manteniendo el tradicional esquema familiar. *La familia Falcón* pone en escena una familia "como todas", cuyos personajes tienen los mismos nombres en la ficción que los actores que los representan, y pronuncian diálogos sobre la actualidad económica o social. En verdad, las alusiones son muy generales: se habla de "cómo están las cosas"

en un "hoy" cuya referencia no tiene un anclaje preciso, pero producen el efecto de estar hablando en continuidad con el espectador, borroneando los límites entre ficción y realidad. Los monólogos de algunos personajes mirando a cámara –generalmente se trata del tío solterón y el hijo menor de la familia, los personajes extremos en edad y excentricidad respecto del núcleo familiar quienes se hacen cargo de estos parlamentos– acentúan el contacto con el público a través de la mirada a la audiencia. La mirada a cámara en medio de un programa de ficción desmiente la dicotomía planteada por Umberto Eco (1987) para la distinción entre ficción y no ficción, y confirma, en cambio, la importancia del *contacto* propuesto por la discursividad televisiva (Verón, 2001).

La familia Falcón tematiza constantemente la discusión sobre "el antes y el ahora". Se trata de un pasado y un presente no fechados, de una referencia nunca precisa, pero que se actualiza en cada cuestión de la vida cotidiana: la ciudad, el trabajo, la economía, la vivienda. La necesidad de "estar al día" con los cambios, lleva a los Falcón a mudarse desde una casa alejada del centro a un departamento en propiedad horizontal en Palermo. De todas maneras es en el modo en que se presentan las relaciones sociales donde la modernidad de la familia, tanto como sus ceñidos límites, se ponen más en evidencia. El esquema del programa exige que lo social se convierta en personal para poder lograr una resolución feliz. De manera que la distancia social con la empleada se resuelve mediante un amistoso paternalismo y el conflicto entre "el antes y el ahora" se convierte en una discusión generacional entre padres e hijos, donde los padres no son retrógrados y los hijos no son extremistas. Se trata, al fin, de "gente común".

Esos límites sociales quedan bien establecidos a partir de la inclusión de personajes ocasionales que se exceden en uno u otro sentido. Así, por ejemplo, en un capítulo vienen de visita unos tíos del campo que odian la ciudad porque "en Buenos Aires pasan cosas raras" y se horrorizan por la permisividad que reina en la familia. En otro programa, una prima que interpreta la actriz Marcela López Rey, se muestra frívola e interesada: hay que vivir el presente, casarse con alguien adinerado y banalizar la política. Tanto los unos como la otra son estigmatizados. Mayor comprensión merecen, en cambio, las sucesivas novias de uno de los hijos que, como son "chicas modernas, quieren acelerar el noviazgo". Por suerte, para tranquilidad de los Falcón, la única hija mujer está casada y luego embarazada, para con-

vertirse en una legítima esposa y madre igual que su madre. Las nuevas costumbres sexuales quedan reducidas a los hijos varones y a las extrañas. Los padres bien se pueden dar el lujo de ser comprensivos con las hijas ajenas.

Los problemas se presentan con los tres hijos que aún permanecen en el hogar familiar: los tres diametralmente distintos, lo cual confirma que "no todos los jóvenes de ahora" son iguales y que, con comprensión y amor, todo puede ser resuelto. Esto es puesto en relieve a partir de la aparición en el programa de jóvenes que no son comprendidos por la familia o que carecen de una familia contenedora (por ausencia de un padre, padres separados o autoritarios, etc.) y que, entonces, atraviesan por "verdaderos" conflictos. En un capítulo, José Luis, el hijo menor, es acompañado por el padre a visitar a un amigo que se encuentra en la cárcel: lección de amistad puesta a prueba y de comprensión familiar y social en un mismo gesto.

Sin embargo, las opciones no se realizan sin tensión. En un capítulo en que la hija da a luz a la primera nieta de la familia, el conflicto se centra en el nombre que llevará la recién nacida. Las dos abuelas presionan para que lleve su nombre y los jóvenes padres reproducen la discusión en el interior de la pareja que además dirime si continuarán viviendo en un minúsculo departamento o si se mudarán al hogar de los Falcón. Finalmente, la nena llevará un nombre de moda que no pertenece a ninguna de las dos familias. La exposición de los valores tradicionales en relación con este tema permite ironizar sobre las pretensiones de las abuelas, pero también realzar la elección de la joven pareja como un rasgo de autonomía cuando, en verdad, a lo largo de todo el capítulo han dado muestras de reproducir la misma lógica del funcionamiento familiar de sus padres. La ruptura moderada es celebrada, en consecuencia, con entusiasmo.

La diferencia generacional es un tópico inevitable de la comedia familiar, un género que para entonces ya contaba con raíces bien establecidas en los medios. Entre *Los Pérez García* –un éxito radial de larga duración–, *La familia Gesa* en los cincuenta y *La familia Falcón*, la continuidad es evidente. Sin embargo, la sociedad daba cuenta de transformaciones que afectaban directamente las relaciones intergeneracionales: los problemas englobados bajo el rótulo de los jóvenes "iracundos" son un tópico recurrente en los primeros años sesenta. *La familia Falcón* diluye la iracundia en la matriz familiar tradicional. De esta manera, la televisión, una vez

más, no elude la presentación del conflicto, siempre que se hiciera "con moderación".

Los cambios abruptos, en cambio, siempre son objeto de una perspectiva más dramática. En *Señoritas alumnas*, escrito por Abel Santa Cruz –representante de la moral católica más tradicional– el personaje que interpreta Evangelina Zalazar sufre por la inminente separación de sus padres. Todas las compañeras se preocupan por la situación y ella siente que va a ser una carga para ambos padres. La separación es un drama que está puesto al nivel de la enfermedad crónica y no admite la comprensión superadora que la perspectiva familiar segura y estable le otorga en el otro programa.

Si en *La familia Falcón* la distancia entre el antes y el ahora se sutura a partir de la comprensión intergeneracional, en *Viendo a Biondi* el tono humorístico lleva a poner en cuestión la existencia de cambios significativos en el modo en que se entablan las relaciones personales. Abundan las esposas feas y gritonas, las jóvenes tentadoras, los esposos mantenidos, las novias incautas y los suegros interesados, es decir, un repertorio costumbrista de personajes potencialmente graciosos que no introducen, en verdad, un cambio revelador en este punto. Sin embargo, el programa de Pepe Biondi inaugura en la televisión argentina un estilo de humor que dejaría marcas ineludibles. Difícilmente se podría considerar al programa de Biondi un mero continuador de las tradiciones cómicas previas como puede observarse en el tratamiento que da a sus personajes y las relaciones con las "nuevas costumbres" que aparecen reiteradamente ironizadas o puestas en cuestión.[18]

Hay un episodio donde esto resulta particularmente revelador. Se trata de una situación que transcurre en el año 2000: en el contexto de una escenografía "espacial", los personajes aparecen vestidos como la familia de *Los supersónicos*, y llevan en la cabeza antenas como las de Cometín.[19] Todo el sketch se dedica a mostrar los adelantos domésticos a los que se habrá llegado en el año 2000 y a comparar la vida con aquellos viejos años de 1963. La comicidad proviene de la inutilidad o la complejidad burocrática de los adelantos (un timbre que activa una campana, que activa una chicharra, que activa... y así sucesivamente) y del modo en que se han invertido las relaciones de pareja porque la mujer cumple roles "masculinos", mientras el hombre cumple roles "femeninos". Las mujeres son las que trabajan fuera del hogar, llegan cansadas por la noche y exigen que todo esté listo a los hombres / amos de casa sumisos y hartos. Las mujeres son gritonas y auto-

ritarias (en general las esposas del programa siempre lo fueron); los hombres inseguros y débiles.

La distopía consiste en que todo permanece exactamente igual, pero los sujetos han cambiado de rol. La técnica no resuelve nada y la inversión de roles sociales genéricos es lo que marca el eje del futuro. En este sentido, la referencia a *Los supersónicos* no resulta gratuita. Dos de los éxitos de Hanna y Barbera –que están siempre presentes en la pantalla televisiva argentina de esos años– son dos modelos de familia: una prehistórica y otra del futuro. Pero entre *Los Picapiedras* y *Los Supersónicos* nada ha cambiado: los maridos, las esposas, los hijos, los jefes, los problemas económicos. Ni siquiera las necesidades que vienen a cubrir los electrodomésticos, aunque para los primeros sean animales "mecanizados" y para los segundos una sucesión de robots, donde "Robotina" viene a cumplir el rol de una muchacha cibernética. La sociedad ha alcanzado una cima de evolución social deseable que se presenta estabilizada en el tiempo.

De manera que la distancia entre "el antes y el ahora", "lo viejo y lo nuevo" no parece generar cambios verdaderamente significativos. Aunque la ironía consiste en la capacidad para poner también esto en cuestión. Así, en otro sketch que transcurre en el presente, un personaje insiste en afirmar que "todo lo viejo es mejor", que "lo de antes es mejor que lo de ahora". Biondi le cambia la mujer (una vieja a cambio de una chica joven) con lo cual la discusión queda nuevamente saldada en el plano personal y la juventud femenina es reducida a sus cualidades más tradicionales.

Un menú nueva ola

Aunque la legitimidad de Doña Petrona provenía de las incontables ediciones de su famoso libro, publicado por primera vez en 1936, el éxito de su programa televisivo, no fue, sin duda, menor.[20] En la década del sesenta, *Las recetas de Doña Petrona*, formaba parte de *Buenas tardes, mucho gusto*, seguramente el programa "femenino" de mayor éxito y continuidad de la televisión argentina.[21] Doña Petrona estuvo presente en la televisión desde sus inicios por lo cual no venía a introducir una figura novedosa a la pantalla, sino que representaba los valores más tradicionales de las costumbres familiares. Desde su nombre, hasta la imponente presencia de su cuerpo de

matrona y su acento de mujer del interior, Doña Petrona instala la cocina casera, pletórica de calorías y de factura paciente, en un lugar privilegiado de la pantalla televisiva. Es una señora de delantal con volados y brazos fuertes de amasar, que les habla a las amas de casa en un tono pedagógico –de una pedagogía tradicional y autoritaria– y maltrata a la muda "Juanita", su ayudante, que carga con todas aquellas tareas que son las que en verdad perturbarán a las amas de casa cuando intenten repetir las recetas en sus hogares.

Lejos del modelo aséptico que los muebles metálicos de líneas rectas y los utensilios de acero inoxidable proponían, su presencia y sus modales introducían una contradicción que probablemente haya sido clave para la construcción de su figura.[22] La relación con Juanita evidencia claramente la dificultad de Doña Petrona para adaptarse a los nuevos tiempos: se percibe la tensión entre su impulso de franco maltrato hacia la ayudante y su necesidad de control frente a cámaras. Doña Petrona se impacienta con Juanita quien sólo atina a complacer torpemente las demandas de su patrona. En el sistema de cocina organizado por Petrona, Juanita es un comodín a quien poder echarle la culpa de todo cuanto no funciona: si falta un recipiente, si la harina es insuficiente, si el horno está demasiado caliente o el aceite demasiado frío, Juanita no sólo deberá solucionarlo con premura, sino que será igualmente "castigada" por su responsibilidad en el hecho. Juanita, además, jamás se dirige al público sino que su voz se presenta raramente como un murmullo secreto para decir sólo lo indispensable a su patrona quien, en cambio, puede permitirse contestarle en voz alta.

Doña Petrona exhibe, de esta manera, un abanico de tensiones que condensan las contradicciones de todo un modo de representar a la mujer "moderna" en un rol tradicional. En su figura esta tensión se ve con claridad desde el peinado batido al delantal vistoso, pero también se presenta con asiduidad en el modo en que Petrona tiene que actualizar su labor: ya no como "cocinera" sino como "ecónoma". Así, por ejemplo, cuando intenta justificar la complejidad de una receta o la evidente inversión de tiempo que la misma supone en la cocina, los aires de los "nuevos tiempos" la llevan a adoptar el discurso de la modernización de las costumbres:

> Cuando yo no les simplifico una receta o no les modernizo más de lo que yo... es porque no se puede hacer. Hay recetas clásicas que

> no se pueden cambiar. Yo les estoy ofreciendo a ustedes lo más moderno que hay en cocina, estoy, trato de estar siempre al tanto de lo más moderno. Tengo traductoras de cinco idiomas que me traducen lo último que sale en el mundo sobre cocina y sobre economía doméstica. Así que imagínense: lo que quiero es brindarles a ustedes lo último, lo más rico por cierto, lo más fácil de hacer para no complicarles el trabajo de la cocina que me gusta simplificarles más bien.

A diferencia de lo que ocurriría varias décadas después cuando comenzaron a proliferar los programas de *gourmets* donde la cocina es una elección (casi siempre masculina) que forma parte del tiempo social y de ocio, la cocina, en el mundo de Doña Petrona, es el trabajo femenino obligado a perpetuidad, cuya única salida es resolver en forma práctica. Sin embargo, como no se explicitan otros espacios de reconocimiento para las mujeres que forman el público de Doña Petrona, es necesario "lucirse". De allí que la cocina deba ser rica, abundante y estar bien presentada. Los consejos de Doña Petrona no se limitan a la resolución de los platos; la función de una ecónoma doméstica también incluye la consideración del tiempo y el dinero que se requiere para su preparación, su adecuación a situaciones sociales y su combinación dentro de un menú. Así aconseja, por ejemplo, respecto de la terminación de una torta: "Si es para una persona mayor, no se le ponen todas las velitas que indican los años porque no queda bien y tampoco agrada".

Lo notable es que la imagen de Doña Petrona no condice con estas funciones, su legitimidad no puede sobrepasar los límites de la cocina popular y cuando intenta hacerlo cae inevitablemente en la pretensión o la exposición de estas tensiones.

En un programa explica cómo decorar con pasta de almendras una torta para el Día de la Madre. La torta tiene un aspecto desmesurado, sólo opacado porque las imágenes son en blanco y negro, pero Doña Petrona explica cómo superpone pastas de color "rosado", verde y blanco, mientras le da forma uno por uno a todos los pétalos de una rosa que se incluirá en la decoración final. El ramillete de rosas es exuberante, de un gusto definitivamente dudoso. Pero además las rosas no son "perfectas" como las rosas de venta masiva que decoraban las tortas populares de la época. Como ella

misma se encarga de señalar: "Mi rosa no es de confitería sino más bien mía, estilo casero". De la misma manera, cuando escribe con chocolate "Feliz día mamá" sobre la torta, observa: "No intenten dibujar la letra. Háganlo con su letra que será apreciada. Si la letra es fea... pero por lo menos será apreciada".

De esta manera, la brecha entre la factura casera y la producción standarizada se resuelve en favor de la standarización. La torta casera imita a la de confitería y no a la inversa. Si bien se aconseja la opción personal, se realiza con la resignación de hacer de necesidad virtud, cuando en verdad, los modelos elegidos para las presentaciones dan cuenta de la valoración del gusto popular por la habilidad manual, lo rebuscado y sobrecargado, pero también del modo en que el "nuevo público femenino" que el programa construye aprecia la comida rápida y vistosa (¿de qué manera, si no, podría tener sentido un programa de cocina por televisión?). La cocina de Doña Petrona puede adaptarse a todas estas necesidades, como ella bien señala en el primer programa emitido por Canal 13 en octubre de 1960: "Vamos a hacer toda clase de cocina, costosa, económica, para todos los gustos y todos los bolsillos, un menú nueva ola: platillos rápidos, sencillos y bien presentados".

La cocina para todos los gustos y bolsillos es una buena definición de la amplitud de público a la que aspira y el "menú nueva ola" una perfecta definición del gusto que esa amplitud requiere en los tiempos que empezaban a correr. En ocasiones, los mismos auspiciantes de su programa la llevan a incluir versiones "prácticas" en su cocina. En este punto, la ausencia del color en las transmisiones también vuelve evidente la asincronía entre la comida pre-preparada o enlatada y la técnica televisiva. Las comidas envasadas, de preparación instantánea o los envases enlatados tendieron a suplir el deterioro del sabor por medio del atractivo visual: la gelatina es, sin duda, el alimento artificial que lleva esta característica a su punto más alto, pero también se encontraba presente en toda la repostería de la época como queda claro en la torta verde, blanca y rosada que mencionamos más arriba.[23] En un programa cuyo auspiciante es Swift, Doña Petrona utiliza carne enlatada para hacer un relleno de empanadas con masa casera. La contradicción entre el tiempo invertido en la masa y la escasa virtud de la carne de la marca auspiciante da cuenta de la copresencia de lo artesanal y lo industrial, lo personal y lo homogeneizado, además de la obvia determinación

económica de su elección. Algo que también se puede ver en el modo en que Doña Petrona alterna entre la medición "exacta" de ingredientes y la mostración minuciosa de los pasos necesarios para la realización de las comidas, que siempre exigen mecanismos de prueba y error y el reconocimiento de consistencias, "puntos" y texturas que definitivamente no resultan de la exactitud científica.

Ese contraste entre lo tradicional y lo moderno, no se limitó a las elecciones de los platos, las decoraciones o la presencia física de Doña Petrona, sino que también fue un elemento productivo en la construcción del discurso del programa, pues si bien Doña Petrona no se cansaba de insistir en la facilidad, practicidad y rapidez de los platos presentados, las imágenes solían desmentir sus palabras. La contradicción fundamental se encontraba entre la enunciación oral de la rapidez del plato, frente a las exigencias de los tiempos televisivos que llevaban a producir elipsis entre paso y paso de la preparación, aportar platos precocidos fuera de cámaras para adelantar la finalización de una comida, o trabajar con ingredientes que no habían alcanzado su punto debido a que el tiempo de cocción adecuado excedería el tiempo televisivo. La tensión se genera en la yuxtaposición de pasos seguidos en tiempo real, junto a elipsis, aceleraciones o duplicaciones de tareas realizadas simultáneamente por Juanita y por Doña Petrona. Por momentos, el programa se detiene morosamente en las manos de Doña Petrona que moldean pacientemente pétalo por pétalo de una flor, pero en cambio, no podemos seguir todo el procedimiento para saber cómo conseguir la cobertura completa de la torta. Para terminar en el tiempo requerido, suelen trabajar simultáneamente Doña Petrona, Juanita y a veces también requieren una pequeña ayuda de la conductora del programa. La discontinuidad también afecta la sucesión de programas, ya que el bizcochuelo había sido "explicado" en la emisión anterior o en un programa se prepara la carne y en otro la guarnición. Constantemente parece escamotearse el tiempo real de la cocina: si bien irrumpe por momentos, debe dejarse a un lado en detrimento del tiempo televisivo. Lo interesante es que el programa se emitía en vivo y por lo tanto, lo que se realizaba, efectivamente, sucedía en tiempo real. Sin embargo, se construía una suerte de montaje en cámara a través de estos pre-preparados que Juanita aportaba en el momento oportuno. ¿Por qué no se armaba un montaje en video tape para la pedagogía culinaria? Más allá de que el programa completo, *Buenas tardes, mucho gus-*

ro, se emitía en vivo y que en los primeros años el uso del video tape tenía muchas limitaciones de producción, esto continuó siendo así hasta las últimas emisiones y parece responder a otros motivos. La respuesta debe buscarse, probablemente, en los rasgos tradicionales de Doña Petrona que mostraba mucho más que sus recetas: usaba sus manos, cometía errores, echaba líquidos "a ojo", probaba las consistencias con los dedos, había algo de intimidad y contacto personal en todo esto –a pesar de los esfuerzos por presentar el lado standarizado que permitiría a "cualquiera" lograr la receta– que sólo la transmisión en vivo podía conseguir. Esos impulsos opuestos son una constante del discurso televisivo: morosidad y aceleración, tiempo real y elipsis o montaje. En el momento en que la televisión tiene que comenzar a "llenar" largas horas de transmisión, el tiempo no alcanza para nada.

El metadiscurso

Esta pretensión de "modernización" que recorre la superficie del discurso de los sesenta, encuentra en la televisión un tópico fundamental. Si las marcas de la enunciación televisiva seguramente fueron mayores durante la primera etapa ya que la novedad de las transmisiones hacía que todo acontecimiento televisivo fuera señalado como un evento especial por el solo hecho de ser televisado, a comienzos de la década del sesenta las referencias metadiscursivas adquieren un nuevo sentido. En los cincuenta la nominación de los programas mismos (*Telefamilia, Telenoticias, Telesolfa*, entre otros) es deudora de la singularidad de cada género dentro de la pantalla (una sola comedia familiar, un solo programa cómico, un solo noticiero, etc.) y subraya la distinción respecto de los otros medios de comunicación. En los sesenta, las referencias dan cuenta de la importancia del nuevo sistema de estrellas y del medio en su puja por el desplazamiento de la radio y el cine del centro de la escena masiva, a través de tres mecanismos convergentes: la puesta en escena de ese nuevo estrellato; la expansión de giros lingüísticos y tópicos que provienen de la programación televisiva; y la exposición casi pedagógica de las lógicas de producción no visibles para el público.

El cambio en el sistema de estrellas no sólo se evidencia en la aparición de un conjunto de actores, locutores, cantantes y modelos publicitarios de

extracción televisiva –algo que, como hemos visto, ya había comenzado a ocurrir hacia fines de la década del cincuenta– sino en la modalidad que adopta la televisión para comenzar a construir sus propios mecanismos de consagración. En los programas de ficción, los personajes hablan de las estrellas de otros programas, en ocasiones se encuentran con personajes de "la TV" que parecen inalcanzables. En el primer programa de *El soldado Balá* de 1964, por ejemplo, se graba una presentación del personaje en las inmediaciones de Canal 13 donde es aclamado por el público en las calles. El soldado Balá, agotado por la fajina a que los soldados son sometidos, queda dormido.[24] Primero sueña con la voz de su madre que le dice:

> Nene, ¡apurate que están empezando los detectives! ¡Nene, Carlitos, apurate que están empezando *Los Picapiedras!* ¡Nene! ¡Están empezando *Señoritas alumnas*!

Todo esto mientras se oye de fondo la música de las cortinas correspondientes a los programas mencionados. En la escena siguiente, se ve un desfile de la Marina y el discurso de un oficial que mezcla las referencias a Alejandro Magno, Napoleón y Randall, el justiciero intentando realizar un elogio del soldado Balá que va a ser condecorado en medio de los caciques de la tribu de "Antílope morrudo" y el primer plano de un japonés, es decir, el repertorio más representativo de la cultura de guerra norteamericana. El oficial señala:

> No existe enemigo más peligroso para las series de televisión que el implacable y astuto piel roja. Al eliminar a tales adversarios se gana el reconocimiento del video argentino y por tanto y por cuanto seréis condecorado por las autoridades de Canal 13.

Desde el campo se dirigen al edificio de Canal 13 en un tanque de guerra que atraviesa las calles repletas de gente que va a recibir al soldado condecorado y le tiran papelitos a modo de festejo. El conocido conductor Cacho Fontana se encuentra cubriendo la llegada del soldado Balá en las inmediaciones del canal donde entrevista a su maestra de primer grado, la Señorita Terrabusi. Un camión de Terrabusi –obviamente la marca auspiciante del programa– se destaca en el fondo urbano de colectivos, semáforos y vigi-

antes que cuidan que el tanque no pise a la gente que se quiere acercar a su ídolo. En el estudio le otorgan el premio que consiste en una estatuilla del "Pibe 13" (logo del canal en ese momento) y Cacho Fontana lo declara "Prócer del Cañón del Colorado". En medio de esta situación se intercala una emisión especial del *Noticiero 13 Extra* donde se informa que los pieles rojas se apoderaron del prócer. La inclusión de un programa dentro de otro, la mixtura de personajes, público y mundos provenientes del imaginario hollywoodense apuntan a generar el humor a partir de la parodia y el desdibujamiento de los límites entre ficción y realidad o, mejor aún, entre ficción y verosímil televisivo. La parodia militar a través de su puesta en contacto con "lo militar hollywoodense" adquiere ribetes absurdos, al mismo tiempo que no termina de configurar una sátira castrense, sino que sólo convierte en objeto de parodia al cine y la televisión norteamericanos. De allí que pueda figurar el especial agradecimiento a la Infantería de Marina en los títulos finales del programa donde la misma elección del personaje supone el interés por el mundo castrense.[25]

En *La familia Falcón*, *La nena* y *Felipe* (1962-1966) las referencias a la televisión son constantes. Esto quiere decir que en las comedias y el humor –las zonas más costumbristas de la programación–, se presenta formando parte de la vida cotidiana de su público a través de la mención de programas o frases que provienen de personajes de "la tele". De manera que es la televisión misma quien decreta la consagración de sus personajes.

La exportación de expresiones de algún personaje exitoso a otro programa es uno de los mecanismos frecuentemente utilizados; los locutores y los cómicos son quienes mayor facilidad encuentran para acuñar ese tipo de expresiones. "Con seguridad", "Qué suerte pa' la desgracia", "Cheeeeeeee", "Indifrundidisheguene" (palabra con la que un personaje que representaba a un jubilado judío aludía al acto sexual en *La Tuerca*), o "Duerma tranquilo y sin frazada" eran retomadas por personajes de otros programas representando, de esta forma, la recepción prevista. En este sentido, *Viendo a Biondi* conjuga desde el título dos aspectos centrales del humor televisivo: imagen y cacofonía. Si bien Biondi despliega todo un arsenal de caracterizaciones donde el trabajo de su cuerpo es importante –lo visible es esa rutina de pasos de baile, andares arrastrados o prepotentes, bofetadas y peleas– todos los personajes se completan con definiciones en rima ("Pepe galleta, el único guapo en camiseta"), frases cómicas acuñadas y reiteradas ("Qué suerte

pa' la desgracia"; "Patapúfete"), donde el quiasmo, la paradoja y el oxímoron son recurrentes. Biondi además mira a cámara buscando la complicidad del público, dialoga con la mirada preparando situaciones y ralentando tiempos en los sketches.

A veces, la exposición de las lógicas de producción televisiva son sólo objeto de mención y otras funcionan como principio constructivo de algunas situaciones. En un sketch de *Viendo a Biondi*, por ejemplo, un ordenanza limpia reiteradamente la misma oficina para acumular trabajo porque se va a ir de vacaciones. La respuesta de Pepe es que "Éste hace como los actores que se van de gira y se dejan grabados en video tape. Están acá y allá". El humor es un lugar privilegiado para el metadiscurso que a veces también se obtiene mediante la parodia. Así, en *La Tuerca*, por ejemplo, se incluye un sketch llamado "Vamos al cine con La Tuerca". *Estudio A* tematiza el espacio de producción desde su nombre mismo, pero también lo hace en los diálogos que mantienen los conductores sobre su modo de llevar adelante el programa. En los shows musicales y humorísticos esto es una constante. El especial de Gigliola Cinquetti está presentado como el armado del programa por parte de sus distintos acompañantes argentinos. En *Risas y sonrisas con Verdaguer* (1961-1964) un capítulo está dedicado a mostrar "cómo en televisión el ambiente se fabrica". Las tres chicas que pertenecen al ballet son ubicadas luego en las mesitas formando parte del público. Pero además se presenta un conflicto con el "Sindicato de operadores de micrófonos y afines" que resulta sintomático. No sólo se ridiculiza la actuación de los sindicatos en general sino que se les adjudica la responsabilidad de algunas limitaciones en producción televisiva.[26] Joe Rígoli representa el papel del "desenroscador de micrófonos" y hay que llamarlo cada vez que el cable se enrosca sin que nadie más pueda intervenir. Luego de varias situaciones absurdas, Verdaguer le pregunta "¿Cuántos miembros hay en su Sindicato?" y él le contesta "Dos: mi psiquiatra y yo".

Espacios

Los espacios representados son casi invariablemente privados: livings, cocinas, interiores de casas; salvo en los shows, donde la escenografía representa el espacio televisivo mismo o una suerte de lugar bailable (una "boite" des-

CON LOS ACTOS DEL 17 DE OCTUBRE
QUEDO INAUGURADA LA TELEVISION

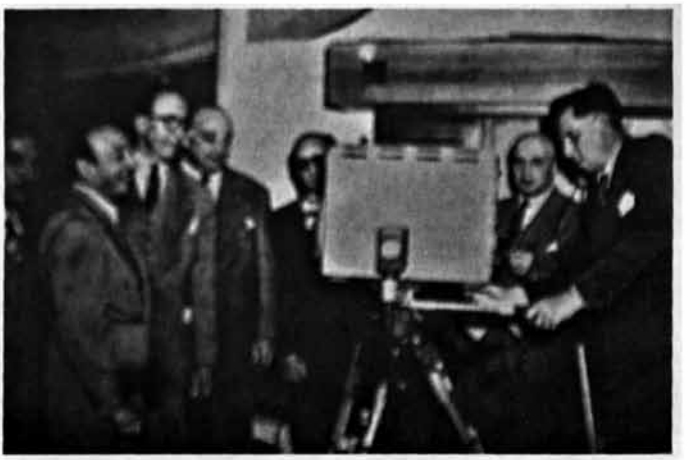
Revista *Antena* del 23 de octubre de 1951: "con los actos del 17 de octubre quedó inaugurada la televisión".

EN EL CIELO PORTEÑO SE INCRUSTA YA LA ANTENA TELEVISORA DE MAYOR POTENCIA DEL MUNDO ENTERO

SE ACERCAN A LAS NUBES LOS TECNICOS Y OBREROS CRIOLLOS

"En el cielo porteño se incrusta ya la antena televisora de mayor potencia del mundo entero. Se acercan a las nubes los técnicos y obreros criollos", exalta la revista *Antena* el 11 de septiembre de 1951.

Desembarque en el puerto de Buenos Aires del camión de exteriores de Canal 7.



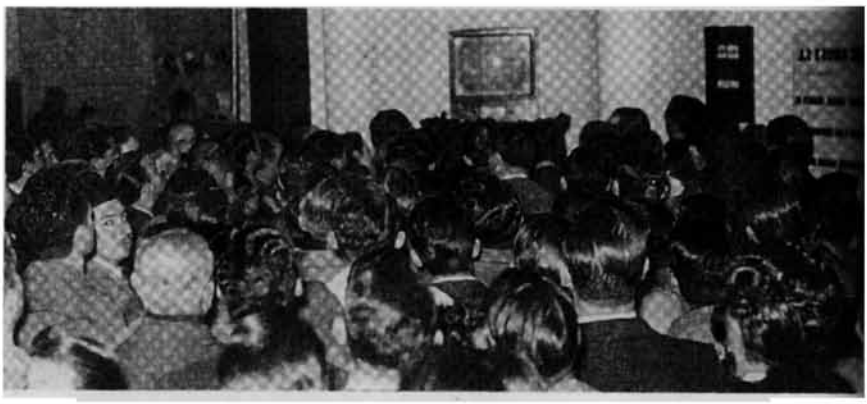
"El ingeniero Max Koeble y Enrique T. Susini, observando una transmisión experimental", revista *Antena*, octubre de 1951.

Jaime Yankelevich, director de Radio Belgrano y del nuevo Canal de televisión en 1951.

"Transmitiose por televisión un gran partido de fútbol", comenta la revista *Antena* el 24 de noviembre de 1951.

"Mirtha Legrand es poseedora de un magnífico aparato receptor de televisión", anuncia la revista *Antena* en octubre de 1951.

La cámara de Canal 7 durante una emisión de *La cabalgata deportiva Gillette*.



Transmisiones públicas en la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires en 1958.

La televisión comienza a "invadir" el espacio de los espectadores.
Revista *Qué*, Nº 62 del 21 de diciembre de 1955.

Los nuevos televisores portátiles y su público en la década del sesenta.

Ritmo y juventud, programa emitido por Canal 11 en 1962.

TELEVISION

Ser de los primeros en conocer su técnica y estar capacitado para poder actuar en alguno de los muchos aspectos de esta importante especialidad electrónica, debe ser la aspiración de los jóvenes que aun no se hayan orientado hacia actividades altamente remunerativas.

La nueva edición de la obra

TELEVISION

escrita por E. Martínez Pardo, quien la ha ampliado incluyendo en ella las novedades experimentadas últimamente, se ofrecida, ahora, en un solo tomo al precio de $ 20.— (moneda arg.).

Solicítela a: HOBBY - Venezuela 668, incluyendo con el pedido su importe, más un peso para gastos de flete.

Publicidad del libro *Televisión* de Edmundo Martínez Pardo aparecida en la revista *Hobby* Nº 181, septiembre de 1951.

En 1951 la televisión todavía prometía usos científicos. Portada de la revista *Hobby* Nº 181.

"Una multitud se reunió en la esquina de Corrientes y Carlos Pellegrini para ver por televisión la llegada", anuncia la revista *Gente* en julio de 1969.

"Jorge Luis Borges. Estaba en su casa, con su mujer, Elsa Astete Millán, sentado absorto frente al televisor…", revista *Gente.*

Marta Minujin durante un Happening transmitido por Canal 7 en 1964.

"Simultaneidad en simultaneidad", Happening de Marta Minujin en el Centro de Experimentación Audiovisual del Instituto Di Tella el 24 de octubre de 1966.

ribe Verdaguer en su programa) con infaltables "mesitas". El espacio público en una televisión que no abusaba de los exteriores en sus ficciones, fue representado a través de unos pocos íconos en el estudio. La parada del colectivo, el banco de plaza, la vereda, el kiosco de diarios, los bares, concentraron las marcas de la ciudad sin ciudad y funcionaron como espacios de encuentro, diálogo y reconocimiento de la actualidad cotidiana.

El poste de madera pintado, señal de la parada del colectivo, reaparece en una y otra escenografía, especialmente en programas cómicos. La "cola" del colectivo –como a veces también la cola de los negocios de barrio– es un espacio de encuentro para los desconocidos muy productivo para los diálogos televisivos y el poste es un ícono costumbrista que se adapta perfectamente a la necesidad de simplicidad y a la vocación geométrica de los decorados. *La Tuerca* (1966-1974) es un programa que abunda en representaciones escenográficas –sólo muy ocasionalmente también en exteriores– de espacios públicos. La cola, en ese contexto, se vuelve sinónimo de esperas evitables, burocracias infinitas, arbitrariedades por doquier. No es casual que dos de los sketches de mayor repercusión representaran escenas donde el Estado actuaba arbitraria, corrupta e ineficientemente. Uno de ellos representaba a un grupo de jubilados hablando en el banco de una plaza donde el mal pago recibido siempre rondaba otros temas como la familia y "la actualidad" (que ya era claramente aquello de lo cual se hablaba por televisión). El otro, mostraba semana a semana a un personaje que realizaba trámites interminables con el objetivo de obtener autorización para plantar un arbolito en la vereda de su casa. La reiteración del sketch subrayaba la postergación indefinida de una autorización para una acción tan simple y loable, mientras los personajes "acomodados" o que "coimeaban" al funcionario de la oficina obtenían autorizaciones inmediatas para realizar cosas absurdas como una corrida de toros en Plaza de Mayo. De esta forma, lo público era presentado habitualmente como una suerte de límite coercitivo –el mostrador de la oficina pública a partir del cual se forma la cola es seguramente el mejor exponente de ese límite– para los deseos privados de los indefensos ciudadanos.

También hay algunos íconos recurrentes para representar la transición entre lo privado y lo público: el teléfono es uno de ellos y en muchos casos, el teléfono público. Los teléfonos públicos, como las paradas de colectivo, no contaban en la década del sesenta más que con una versión. Lejos de la

dispersión de compañías privadas con cambiantes y diversos diseños de imagen, estos elementos podían representar con facilidad lo público que muchas veces, coincidía con lo estatal.[27] Los carteles que indicaban la existencia de un "teléfono público" permanecieron inalterables durante años y permitían una sencilla identificación que en la televisión de entonces se sumaba a una gran cantidad de carteles de factura manual bastante precaria que indicaban "Gerente", "Conserjería", "Banco", "Secretaria", etc. y que permitían una tipificación inmediata de los espacios y los personajes. En *Viendo a Biondi*, por ejemplo, estos carteles se reproducían constantemente como una forma de ubicación de los sketches que podían transcurrir en contextos totalmente diversos.

El teléfono –ya no solamente el teléfono público– permite a los personajes hablar inmóviles frente a cámaras sin que resulte un monólogo artificioso. Permite a los cómicos el chiste dialogado sin necesidad de partenaire, así como interrupciones de las situaciones para generar comicidad. Permite, en síntesis, que los actores hablen. Con esto quiero decir que la televisión de los sesenta intenta evitar el silencio, pero que además, necesita relatar todo aquello que no puede mostrar. La escasez o ausencia total de exteriores en los programas ficcionales, convierte al teléfono en un elemento primordial. El comienzo de un capítulo de *El amor tiene cara de mujer* muestra primeros planos dramáticos de los personajes masculinos hablando por teléfono en una continuidad cerrada de diálogos encadenados. Verdaguer utiliza el teléfono para armar sus sketches cómicos anticipando el sketch telefónico puro que realizaba el cómico español Gila incluido en *Los circulares de Mancera* (1962 a 1974) o los diálogos con los personajes del poder de Tato Bores.

Las veredas, los negocios de barrio, los bancos de plaza, son elementos que dan cuenta de la presencia del costumbrismo en la formación de ese discurso, aunque algunos de sus objetos –como hemos observado respecto de los postes que indicaban las paradas de colectivo– pudieran acoplarse con facilidad a la estética "pop". Algunos programas supieron explotar con grandes ventajas estos elementos; Alberto Migré en sus telenovelas los condensó en espacios muy productivos para las tramas. El patio de la casa de barrio que ya estaba presente en el Sainete, va a ser recuperado por Migré como uno de sus ambientes más preciados. Es sintomático que la "sala de familia bien" que construyó Migré en varias de sus telenovelas, con una

escalera central y un primer piso balconeado sobre el living, con varias puertas en planta baja y planta alta, parece imitar el patio de la casa chorizo y no a la inversa. El patio de barrio de Migré no parecía una versión malograda de un departamento de clase media –como los departamentos de *El amor tiene cara de mujer* que resultaban versiones miniaturescas, abarrotadas en poco espacio, de los amplios pisos de la burguesía a la que aspiraban imitar– sino que mostraba una productividad relacional del espacio de encuentro popular. De esta forma, el patio con sus enredaderas que ocultaban y traslucían, las escaleritas hacia habitaciones de entrepiso, las galerías, las columnas, eran recursos inexistentes en los despojados ambientes modernos en propiedad horizontal y ofrecían recursos dramáticos más cercanos a los grandes cortinados, columnas y pasadizos usufructuados por distintas formas de teatro y de cine. El bar fue otro espacio explotado recurrentemente por Migré pero también por muchos otros autores como referencia costumbrista a la "tipicidad" del bar porteño y sus personajes masculinos. En *Rolando Rivas, taxista*, telenovela emblemática de Migré que se emitió en 1972, se explotaron todos estos recursos simultáneamente: el patio y la cocina de barrio, el bar de encuentro para los taxistas, la calle y el taxi como espacio cerrado y público de encuentro azaroso con personajes de todo el espectro social.

Es fácil percibir en estos textos la pervivencia de matrices costumbristas preexistentes en el teatro, el cine y la radio, atravesadas por la lógica de producción televisiva. También es fácil contrastar los modelos propuestos en *El amor tiene cara de mujer* y alguno de los teleteatros de Migré, y cabría la hipótesis de si habrían podido compartir el mismo público. Pareciera que, a grandes rasgos, Migré presentaba un mundo menos homogéneo que el teleteatro de Nené Cascallar. El interés de Rolando Rivas consistió en que contemplaba, inclusive, el "mundo masculino" en un género primordialmente femenino. La televisión de los sesenta solía presentar hombres menos interesantes que Rolando Rivas: casi invariablemente de traje y corbata, con o sin anteojos de marcos anchos y oscuros, fumando, los hombres no ofrecían excesivas variantes, salvo en el caso de los jóvenes "nuevaoleros" que, no casualmente, eran portadores de una estética aniñadamente femenina. En la pantalla de los sesenta fueron la versatilidad de los peinados, los vestidos, las formas y los movimientos femeninos quienes le otorgaron una identidad modernizadora; frente a la cual el costumbrismo de Migré consi-

guió distinguirse justamente por su singularidad. El tratamiento de la "gente común" es quizá la mejor prueba de esa diferencia.

Aunque en *El amor tiene cara de mujer* los personajes tienen nombres comunes –Matilde, Pablo, Carlos, Jorge, Laura– sobrevuela permanentemente el nombre del Instituto de Belleza y de su dueña, Vanesa Lertaud, como referencia modélica ideal. Y cada tanto aparece un personaje como "Monique" para probarlo. En los shows musicales, pero particularmente en *La escala musical*, los cantantes jóvenes adoptan nombres de fantasía como "Carla", "Piero", "Johny", "Alex" o simplemente "Cristina", pero en cualquier caso, aquello que indica que se trata de "muchachos y chicas normales", que forman parte simplemente de "la juventud", es la falta de apellido. No sólo no tienen padres o no dependen de ellos –o sea que son jóvenes rebeldes o iracundos– sino que podemos presuponer una homogeneización de las "Silvias" que no tienen otra marca de distinción. Una de las conductoras se llama Cristina –luego adoptaría el apellido Del Valle en su carrera como actriz– y titubea al formular las preguntas –evidentemente memorizadas– a los cantantes invitados. Cristina se equivoca, duda, vacila. A diferencia de los locutores profesionales, es una chica común, puesta a conducir el programa: su única virtud es la frescura que desparrama a través de los errores profesionales permanentes. La extravagancia de algunos nombres artísticos también sugiere un tipo de singularidad que podía ser imitada en los nombres de los recién nacidos de entonces. Migré, en cambio, proponía la singularidad del personaje común: la tipificación de un oficio no impedía encontrar en Rolando Rivas un personaje interesante y complejo que no resultaba fácilmente homologable a cualquier taxista. Frente al interés por la gente común, puesta en situaciones no comunes, las estrellas de la televisión comenzaron a ser presentadas en espacios y situaciones corrientes. El ejemplo más acabado de esta mixtura fue, sin duda, *Almorzando con Mirtha Legrand* (desde 1968) donde la actriz fungía como anfitriona y comía en cámaras en continuidad con el horario de almuerzo de las audiencias.

Por otra parte, frente a la vocación televisiva por la gente y las acciones comunes, presente tanto en su versión costumbrista como en la "normalidad" de los jóvenes nuevaoleros, la televisión también fue capaz de construir espacios extravagantes y desmesurados. En este sentido, resultan particularmente notables las escenografías de algunos programas periodísticos. *Parlamento 13* (1964-1966), *Archivo secreto*, por ejemplo, escenifican la relación

con el saber, la noticia o la opinión con niveles de espectacularización notables. La presentación de *Parlamento 13* consistía en un grupo de gente hablando "naturalmente" hasta que de pronto se abría una gran puerta y una mujer anunciaba "Están llamando a Parlamento 13". La escenografía interior consistía en un foro con columnas, puertas y taquígrafas tomando nota de todo lo dicho. En *Archivo secreto*, la presentación muestra al conductor en pasillos cubiertos de archivos metálicos de donde extrae una carpeta con el tema a tratar en el programa del día. En ambos casos, la participación de los invitados se encuentra ceñida a las reglas impuestas por la puesta en escena del programa. El gusto por la simulación de instituciones del Estado (Parlamento, Foro, Archivo, Escuela) resulta notable ya que las escenografías son siempre precarias, gradas de cartón pintado, débiles columnas que de ninguna manera pueden producir el efecto de solidez, el peso de la historia o la invulnerabilidad que intentan caracterizar a los pesados edificios que representan. La televisión vuelve efímeros, endebles y plebeyos esos espacios en los que especialistas y representantes de las instituciones discuten la "realidad nacional" en una duplicación degradada del Parlamento.

La sintaxis

La dispersión y yuxtaposición de elementos, no sólo diversos sino inclusive contradictorios, se insertaba con facilidad en el flujo del discurso televisivo que la programación de la década del sesenta estaba creando: un devenir ilimitado de imágenes, palabras y fondos musicales. Si bien esto estaba promovido por el sistema de *broadcasting* que con la radio ya había conseguido una presencia permanente en el espacio privado hogareño, la televisión llevó esos rasgos a su forma más extrema durante este período. Ya hemos visto que durante la década del cincuenta la programación discontinua, la brevedad de las transmisiones y la escasez de televisores promovían un consumo ritual de la programación televisiva. Durante la década del sesenta, si bien todavía convive el consumo ritual de algunas franjas de programación y en algunos hogares el televisor sigue siendo objeto de encuentro entre vecinos o familiares, la televisión avanza decididamente hacia otro tipo de relación con su público.

Los shows musicales como *El show de la alegría*, *Estudio A* o *Casino*, que ya hemos mencionado, presentaban una estructura que anunciaba esta tendencia. No se trataba de programas que se distinguían por sus diferentes estilos sino que cada uno incluía dentro de sí una gran cantidad de géneros musicales. De esta manera, cada show incorporaba el tango, el bolero, el pop, el folklore, la canción francesa, etc. Lo mismo ocurría en *El club del clan* o *La escala musical* donde la única distinción es que se trataba de programas "jóvenes" pero que abarcaban distintos estilos y géneros musicales. Esta mixtura que entroncaba con la tradición del circo –la televisión no dejó de incluir circos desde sus comienzos y en los sesenta *El circo de Marrone* tuvo gran repercusión– encontró su mejor expresión en los programas "ómnibus", entre los cuales *Los sábados circulares de Mancera* (1962 en Canal 9 y desde 1964 en Canal 13) ocupó un lugar destacado. *Los sábados circulares* ocupaban prácticamente todo el horario del día en que se emitía, de manera que el programa parecía coincidir con la transmisión misma. El género representaba el fluir propio del discurso televisivo e incluía casi cualquier cosa: magos, cantantes, cómicos, notas periodísticas, entrevistas, números de circo, baile, todo podía pasar a lo largo de horas de permanencia ante las cámaras. Nicolás Mancera también introdujo algunos subgéneros específicos en su programa –como la cámara sorpresa–, además de shows espectaculares –como la repetición del truco de Houdini encerrándose en una caja fuerte, realizada por el propio Mancera. De esta forma, se podía pasar rápidamente de lo brillante a lo dramático, del suspenso a la comicidad, sin más transición que la voz chillona de Mancera presentando el nuevo número. Este programa que produjo rápidamente clones en los demás canales, era una suerte de Aleph perverso: tenía la pretensión de contener toda la televisión dentro de sí, con pasión voraz.

Notas

[1] En este capítulo hemos trabajado a partir de la programación del período conservada en fílmico y reprocesada en video tape del archivo del Canal Volver; además, hemos grabado aproximadamente 120 horas de programación emitida por el canal en diversos momentos. La recopilación de estas fuentes fue compleja y requirió en algunos casos recurrir, inclusive, a solicitar autorización a los autores de los programas. El uso de estas fuentes audiovisuales acarrea un riesgo que es necesario señalar: se trata exclusivamente de la pro-

gramación de Canal 13, con lo cual al problema de la escasez de fuentes, se suma el de su parcialidad. En este sentido, nos parece importante destacar el lugar hegemónico que el canal ocupó durante toda la década en cuanto al volumen de audiencia, así como también en cuanto a las innovaciones introducidas en su modo de producción y de organización. Consideramos, por lo tanto, que la focalización del análisis en este canal no resulta totalmente arbitraria. A pesar de todo, hemos intentado considerar la productividad de las imágenes generadas por los demás canales a través de otras fuentes, cada vez que fue posible. También hemos utilizado fuentes indirectas en compilaciones en video, así como las referencias y reconstrucciones realizadas por la bibliografía existente, además de las entrevistas realizadas en forma personal.

[2] La oposición entre una grilla ininterrumpida de imágenes ha sido uno de los criterios utilizados para distinguir la paleo de la neo-televisión (Cassetti y Odin, 1990). El análisis de la programación de la década del sesenta nos lleva a disentir con esta oposición que sirve para caracterizar la televisión de los ochenta y noventa pero que no atiende a los rasgos que ya resultaban emergentes en aquel momento como la autorreferencialidad, los límites difusos entre ficción y realidad, o los programas contenedores. Con esto no quiero decir que la televisión de los sesenta no se diferencie de la actual sino que nuestra investigación intentó reconstruir el modo en que la televisión introdujo elementos que en ese momento fueron percibidos como rasgos modernizadores. Analizar la programación desde una perspectiva actual nos llevaría a incurrir en anacronismos.

[3] Ver reproducción en el Anexo fotográfico.

[4] Ver reproducción en el Anexo fotográfico.

[5] También podría pensarse este proceso de constitución de un volumen televisivo, siguiendo a Eliseo Verón en su concepción de la mediatización y del cuerpo de las imágenes televisivas. De acuerdo con Verón los medios de comunicación de masas ya no representan lo real, no porque engañen, ficcionalicen o construyan simulacros, sino porque lo "mediatizan" en un proceso donde las relaciones son indiciales antes que icónicas, de manera que el contacto, la contigüidad y la metonimia prevalecen por sobre la representación y la argumentación. La televisión para Verón es el medio del contacto por excelencia, de allí el interés que reviste el modo en que las imágenes televisivas toman cuerpo (ocupan un espacio, son soporte de una mirada, etc.), Verón, 1986 y 2001. Volveremos sobre este punto en el último capítulo.

[6] Se trata de un programa de 1966, cuando ya había desaparecido de la pantalla *El club del clan* y otros desprendimientos musicales de los cantantes que habían salido de allí.

[7] La joven esposa era un personaje recurrente del cine y la televisión norteamericana desde bastante tiempo atrás. También en la televisión argentina de los cincuenta hemos visto que Ana María Campoy había tenido éxito con esa fórmula. Sin embargo, "la joven esposa" era coherente con el contexto de repliegue privado de la cultura norteamericana de los cincuenta (Ver Spigel, 1992) mientras que difícilmente la joven esposa argentina de los sesenta podía seguir un curso tan lineal.

[8] *La familia Falcón* se emitía por Canal 13, los martes a las 22 horas desde 1962 hasta 1969.

[9] Desde 1967 a 1971, los jueves a las 21 horas.

[10] Desde 1960 a 1966 se emite como *Casino Philips* y de 1967 a 1972 como *Casino.*

[11] Un ejemplo de esto puede hallarse en las imágenes de consagración del protagonista de *Mi primera novia* (1965) como cantante –Palito Ortega– que abunda en musicales con globos, tiras y burbujas,

[12] Se puede ver una foto de esa transmisión en el Anexo fotográfico.

[13] Una extrapolación: las primeras imágenes del cine argentino incluyen el mate. En *Nobleza gaucha* la madre de la "china" le ofrece al gaucho que la salvó de caerse del caballo un mate amargo como recompensa. De allí en más habría muchos hitos en las "bebidas" representadas por el cine nacional, lo cierto es que en la televisión de los sesenta el mate se encuentra prácticamente ausente.

[14] *La nena* fue una comedia familiar dirigida por María Inés Andrés y protagonizada por Osvaldo Miranda, Marilina Ross y Joe Rígoli. Se emitió por Canal 13 los días sábados por la noche desde 1965 a 1969.

[15] Mientras Palito Ortega era la figura promocionada por la CBS cuyos capitales formaban parte de las inversiones iniciales de Canal 13, Leo Dan fue "inventado" por la RCA como respuesta al éxito del primero. Sobre la inclusión de estas dos figuras puede verse Pesce, 1989.

[16] Se emitía de lunes a viernes a las 17.30 horas por Canal 9, desde 1967 hasta 1969.

[17] Volveremos sobre este punto en el próximo capítulo a propósito de los ciclos de teatro.

[18] Sobre el modo de trabajo de Pepe Biondi que aparentemente participaba de todas las etapas de la producción del programa y no quería dejar nada librado a la improvisación, puede verse Tomassini y Babino, 1999.

[19] Cometín era el hijo de la familia de *Los supersónicos*, un programa de dibujos animados de la televisión norteamericana que se difundió en la Argentina durante décadas.

[20] Es interesante la comparación del itinerario de Doña Petrona con el de Betty Crocker en la pantalla norteamericana. Betty Crocker, marca y símbolo de la repostería instantánea, en verdad no existía. Tuvo el rostro que le dio la foto para los envases primero y una innumerable cantidad de voces en los programas radiales que proliferaron a través de todo Estados Unidos a fines de la década del cuarenta. En 1952 se decide hacer un "experimento" de televisión y se elige una Betty Crocker a la que casi siempre se le enfocan las manos. El programa es un rotundo fracaso y dura apenas dos temporadas en el aire, aunque las comidas instantáneas se expanden enormemente en los años siguientes. Betty Crocker fue primero una marca y después se pensó en el programa como parte de todo el aparataje que incluía libros, revistas, radio, muestras personales, etc., Doña Petrona sólo recomendaba marcas por añadidura. Sobre Betty Crocker, puede verse Marling, 1994: 211. En realidad, la imagen de Doña Petrona se parecía más a Mama Weiss, que había iniciado la cocina en televisión a comienzos de los cuarenta con el *Mama Weiss Show* (Ritchie, 1994), pero a diferencia de aquella, su éxito es contemporáneo de la comida rápida e instantánea.

[21] *Buenas tardes, mucho gusto*, como señalamos anteriormente, se comenzó a emitir en 1960 y estuvo en el aire hasta 1982. El slogan inicial fue "Un teleprograma para el hogar hecho por gente de vocación hogareña".

[22] En este sentido, si bien Doña Petrona "inventó" la cocina televisada en la Argentina, no construyó un modelo lineal. Para la caracterización de este género televisivo puede verse De Lazzari y Gómez, 1997. Aunque no mencionan a Doña Petrona, resulta fácil

encuadrarla dentro de lo que denominan un "estilo clásico" pedagógico; sin embargo, me interesa subrayar el modo en que Doña Petrona entra en contradicción permanente con los supuestos de ese estilo que, paradójicamente, también ayuda a construir.

[23] La torta Betty Crocker se llamaba "Colorvision".

[24] Todas las escenas militares de este programa resultan de franco mal gusto para ojos atravesados por la memoria de tantas represiones militares. Es difícil reintroducir el horizonte de lectura en el cual se inscribían en 1964.

[25] Balá ya había incursionado con el personaje del soldado en el cine y lo volvería a hacer en reiteradas oportunidades. Según Tomassini y Babino (1999), el personaje había sido ofrecido previamente a Pepe Biondi quien lo rechazó.

[26] No hemos seguido este aspecto de la producción, pero en los documentos relevados en el Sindicato de actores y en algunas alusiones presentes en la revista *Máscara*, se percibe una presión permanente por una reglamentación más parecida a los regímenes de televisión pública, que no debe haber sido sencillo de compatibilizar con las exigencias de los empresarios.

[27] También dan cuenta de la falta de líneas telefónicas que existía en ese momento. En algunos programas la demora y la dificultad para conseguir una línea es tematizado como un problema de actualidad, en otros los personajes salen de sus casas para ir a hablar por teléfono como algo natural.

Capítulo 7

Una televisión para (el duro corazón de) los cultos[1]

En los dos capítulos precedentes hemos intentado mostrar que la programación de la década del sesenta se caracterizó por la consolidación de una retórica y la imposición de una serie de tópicos que se convertirían en rasgos hegemónicos de la cultura de ese período en un proceso que no dejó de presentar tensiones y proyectos divergentes. La televisión pasó a ser el eje alrededor del cual se articularía la publicidad, la industria discográfica, la radio y una porción del cine comercial: todo el sistema se transformó a partir de su prepotencia expansiva. En consecuencia, el modo en que artistas e intelectuales habían ignorado, rechazado o intentado producir la televisión hasta entonces, se ve radicalmente transformado por este reposicionamiento. Se trata de un período de cambios profundos en la sociedad y la cultura en la Argentina, donde la televisión se vuelve la fachada de modernización más visible para el público de masas y, en consecuencia, un objeto que era necesario transformar o enfrentar, pero que ya no podía ser ignorado. En ese contexto emerge y se consolida un discurso crítico del medio, que si bien traduce argumentos producidos a partir del desarrollo que la televisión había alcanzado en otras sociedades, también se inserta en las grietas políticas que se estaban abriendo en el país. Desde el cuestionamiento económico a los capitales imperialistas que conformaban los consorcios ganadores de las licitaciones de los canales, hasta la publicidad pegajosa tomada como símbolo del consumo más banal y la estupidización del público de masas, la televisión se convertiría en blanco de los ataques de diferentes sectores provenientes del ámbito de la

cultura demostrando, de esta manera, la visibilidad y el poder que había alcanzado.

En una lectura de las transformaciones de las ideas sobre la política, producidas por intelectuales y artistas durante el período 1943-1973, Beatriz Sarlo señala que las mismas podrían sintetizarse "en el pasaje de las soluciones reformistas a las propuestas revolucionarias". Ese pasaje podría traducirse en una "progresiva pérdida de la especificidad de los discursos intelectuales en relación con ciertos grandes temas"[2] como la ciencia y la técnica, la literatura, las artes, la Universidad o la Iglesia, que se fueron disolviendo en la denuncia de las condiciones de producción y de circulación de la ciencia y el arte, en la teología de la liberación o en la factibilidad de la revolución. Esa disolución de la especificidad de los discursos en favor de la militancia política que supone, al mismo tiempo, un corte radical con las prácticas intelectuales y artísticas, puede verse en el abandono del arte que muchos artistas plásticos realizan hacia el final de la década[3] o en el paso a la acción armada como única opción ética, artística e intelectual.[4] Por el contrario, para la televisión, se trata de un período de construcción y consolidación de la especificidad de su propio discurso, hasta convertirse en un núcleo duro de la hegemonía imperante. En el único sentido en que podría plantearse algún paralelo entre el campo intelectual y artístico y la televisión es en las crecientes certezas que parecen instalarse hacia fines de la década y que llevan a posiciones irreconciliables entre diversos actores e instituciones.

Si adoptáramos como propia la opción entre apocalípticos e integrados acuñada por Umberto Eco, podríamos pensar que la división temática desarrollada en este capítulo y el anterior obedece a ese enfrentamiento de posiciones. En ambos se intenta reconstruir la televisión desde un foco desviado: en un caso desde aquellos que optaron por la producción "atípica" dentro del medio; en el otro, desde aquellos que se colocaron en una posición de exterioridad que les permitiera tomar una distancia crítica. Si bien hacia el final de este capítulo compararemos algunas producciones para televisión con postulados de las vanguardias, el eje de esta parte está constituido por las representaciones críticas que adquirió la televisión en otras zonas de la producción artística, intelectual y de la industria cultural.

La televisión en el cine

Si la relación de la televisión con el teatro se presentó, desde los comienzos, como un "natural encuentro", el cine suponía otro espacio cercano al que la televisión debía considerar (imitar, aspirar, contener). La televisión entendida como mero medio de difusión, contaba con el cine como un insumo para su programación. Sin embargo, durante la década del cincuenta, el cine no ocupó un lugar privilegiado en Canal 7. Algunos comentarios de la época aluden a la falta de doblaje de los filmes (y series) extranjeros y las dificultades que imponía el subtitulado en una pantalla tan pequeña y de tan baja definición. El ciclo *Hollywood en castellano* que se inicia en 1965 da cuenta de la novedad del doblaje a mediados de la década. [5] No nos interesa, sin embargo, este aspecto de la inclusión del cine ya que, a diferencia del teatro, donde la televisión funcionaba como una mediación específica, en el caso de la difusión del cine, era poco lo que podía agregar a la conformación de un nuevo lenguaje.

Durante este período no se presentan relaciones estructurales de producción entre cine y televisión. Solamente podemos hallar directores de cine que trabajan en televisión y filmes que son producto de éxitos televisivos. La figura de Marcelo Simonetti siempre se presenta como un eslabón clave de esta circulación, pero no hay una industria cinematográfica que participe activamente del proceso o que lleve a cabo proyectos cinematográficos para televisión. Cuando se compara este proceso con el modo en que la industria cinematográfica y las *network* norteamericanas disputan la producción para televisión e inventan formatos específicos durante la década del cincuenta, se ve con mayor claridad la precariedad de estas relaciones en la Argentina y la dificultad para cualquier producción continua sin una estructura económica que pudiera competir con el avance arrollador de las series y telefilmes que la industria televisiva y hollywoodense estaba exportando contemporáneamente. *I love Lucy* fue el primer *live drama* de 90 minutos de duración realizado en Hollywood (era filmado con público en el estudio) y es visto como el programa que produjo el pasaje de los *Live anthology drama* a los telefilmes. Los *live drama* predominaron en la primera etapa de la televisión norteamericana y estaban más cercanos al teatro. Llegaron a participar en su realización autores y directores prestigiosos de teatro y fueron en general muy bien tratados por la crítica. A comienzos de la década del cincuenta se produce una disputa que

podría esquematizarse en la rivalidad Broadway vs. Hollywood y que en la segunda mitad de los cincuenta queda saldada en favor de los estudios cinematográficos.[6] En 1952 el 80% de los estudios de la RKO estaba ocupado por Desilu, la productora de Lucille Ball. Ese mismo año el 30% de los de MGM y el 20% de los de Columbia estaban destinados a producciones televisivas. En 1958 *I love Lucy*, que tenía un costo de entre 21.000 y 27.000 dólares por episodio con un equipo de entre cincuenta y setenta y cinco miembros, llevaba vendidos 179 episodios en 29 países. Al comparar con la Argentina, nos encontramos con que los estudios cinematográficos serían utilizados por los canales que comienzan a emitir en 1960, pero se trataba de estudios que ya habían sido abandonados por la industria cinematográfica.[7]

En la Argentina, a fines de la década del cincuenta se produce una renovación del cine nacional, que presenta algunos paralelos con la escena del teatro independiente. En el caso del cine, con la figura de Leopoldo Torre Nilsson como referente, la "nueva ola" de directores jóvenes no llegó a conformar, sin embargo, un grupo homogéneo desde el punto de vista artístico (no sólo por la disparidad de sus producciones, sino también por la heterogeneidad estilística de sus filmes). Sin embargo, no parece casual que en el mismo momento en que la televisión comienza a volverse visible, se presentara una escisión entre el cine comercial y el cine de autor dentro del campo cinematográfico argentino. Aun antes de que este grupo de directores, entre los que se encontraban José Martínez Suárez, Rodolfo Kuhn, Simón Feldman, Manuel Antín, Fernando Birri, David José Kohon, Lautaro Murúa, produjera un cuerpo de filmes importantes, se había impuesto la idea de una "generación del sesenta" que venía a renovar el cine nacional en una época de crisis de la industria cinematográfica que había tenido su momento de mayor expansión a comienzos de la década del cincuenta (61 filmes argentinos en 1950 y 16 en 1957 son los extremos de la curva que conserva un promedio aproximado de 30 filmes por año durante toda la década del sesenta).[8] Las cifras totales muestran una caída del 25% entre la década del cuarenta y la del sesenta: 400 filmes estrenados en la década del cuarenta, 385 en la década del cincuenta y 306 en la década del sesenta. En cualquier caso, la industria cinematográfica argentina no parece haber considerado la producción para la televisión o la alianza con los canales como una salida para la crisis. Entre el grupo de directores que estamos mencionando, algunos dirigieron televisión, pero nunca hubo un proyecto defi-

nido en ese sentido. En una publicación importante para la legitimación de ese grupo, la revista *Tiempo de Cine*, se plantea constantemente la necesidad de apoyo al cine nacional por parte del Estado, pero no aparece ninguna propuesta de acercamiento a la televisión (que probablemente se pensara en las antípodas de la libertad requerida por los autores para la filmación). David Stivel es tratado con consideración por la revista, pero las realizaciones televisivas no son un tema importante entre sus páginas.

De manera que la distinción entre un cine comercial y un cine de autor se produce en un contexto de compresión de la producción cinematográfica y en el mismo momento en que la televisión comienza a exportar títulos de su programación al cine: *Reencuentro con la gloria* (1957) con Martín Karadagian, *Todo el año es Navidad* (1959), *La familia Falcón* (1962), *Las aventuras del Capitán Piluso* (1963), *El club del clan* (1964), entre otras. En el mismo sentido, tal como hemos observado respecto del teatro, algunos autores confiesan que los guiones que llevan al cine, han sido ideados originariamente para la televisión: tal es el caso de *Tute Cabrero* (1967) de Juan José Jusid. Aunque el volumen de películas provenientes de la televisión no resulta significativo, indica una inversión del flujo de los medios de comunicación que permite comprender el tono que adquieren las representaciones de la televisión dentro del cine de la época.

En el capítulo 2, nos hemos referido a *Ellos nos hicieron así* (1952), película de Mario Sofici, donde la televisión todavía era un símbolo de status pero sin consecuencias respecto de las vidas de los personajes, y a *El crack* (1959) de José Martínez Suárez, donde el televisor se presenta como símbolo de la mercantilización a la que es sometido el jugador de fútbol. En *El centrofoward murió al amanecer* (1961) de René Mugica, basada en una obra de teatro de Agustín Cuzzani, se despliega un número importante de escenas de recepción radial de un partido de fútbol en casas de familia, bares y kioscos. Se muestran diferentes imágenes de la ciudad donde aparecen algunas antenas de televisión, pero nadie sigue el partido por la pantalla. Salvo en el caso de Lupus, un multimillonario que se dedica a coleccionar personas. Lupus sigue los partidos del centrofoward desde un televisor gigante metido en un mueble de dudoso estilo como toda la mansión en la que vive. En la cancha, la transmisión que se presenta después de terminado el partido, es radial. Es decir que en 1961, el medio masivo más visible seguía siendo la radio. La televisión, en cambio, apare-

ce metonimizada por las antenas en las azoteas o por el fastuoso aparato del millonario solitario que es la muestra más brutal de la deshumanización de las relaciones capitalistas. De manera que tampoco parece ser un mero marcador de status, como en la película de Sofici, sino que carga con un discurso crítico específico.

En *El televisor* (1962) de Guillermo Fernández Jurado, basada en una obra de teatro de José De Thomas estrenada el 21 de julio de 1961, se despliega buena parte de la "vulgata" de los discursos impugnadores de la televisión. La película comienza con una escena de dos manifestaciones frente al Congreso, una de jubilados y otra de estudiantes, donde abuelo y nieto se encuentran huyendo de la represión policial. Toda la película estará dedicada a mostrar cómo la llegada del televisor convierte a esos mismos personajes dispuestos a luchar por sus reivindicaciones, en seres pasivos, encerrados en el espacio privado y sin diálogo de ningún tipo. La ciudad será literalmente vaciada por los televisores que retienen a todo el mundo en sus casas. En las calles sólo se oyen las voces de los televisores sintonizados al unísono en el mismo canal. En la versión teatral se le otorga un contenido político específico a esta situación: "Cuando estaba el hombre había sacado a todo el mundo a la plaza. Ahora el televisor los volvió a meter adentro. Pero... ¿ha cambiado algo?".[9]

En la película, las referencias políticas fueron omitidas y se enfatizó, en cambio, la asociación de la televisión a la cultura norteamericana como sinónimo de cultura de masas, por oposición a la cultura nacional –sinónimo de arte o, en su defecto, de una cultura popular "auténtica"–. Una de las primeras escenas del filme, muestra a la familia saliendo del cine (nuevamente el espacio público por oposición al living familiar) después de haber visto *Tres veces Ana* (1960): una de las referencias obligadas de la nueva ola cinematográfica. Por oposición, "lo norteamericano" no se reduce a las grandes producciones sino que también impregna el lenguaje de la familia una vez que se habitúa a los doblajes de las series, a la ropa de los jóvenes, a la comida enlatada con que la mujer reemplaza su falta de dedicación a la cocina una vez que es absorbida por el televisor y, en lo que se entiende como el punto culminante de intromisión en las costumbres íntimas: el reemplazo de la cama matrimonial por dos camas gemelas. De esta manera, lo público se instala en el espacio privado a través de los cambios que opera en las relaciones familiares, a través de la invasión de la intimidad que realizan las cantidades de vecinos que se

instalan en el living de los primeros propietarios de un televisor en el edificio, pero sólo para aletargar las relaciones directas.

El otro eje de la crítica presente en *El televisor* se basa en la adicción que provoca. Los personajes permanecen inmóviles frente al televisor (reordenan los muebles, especialmente la mesa familiar, para que todos se orienten frente a la pantalla) y el espacio se deteriora (la suciedad, el desorden, el descuido en la ropa de los personajes que permanecen todo el día en pijama o bata y sin peinarse), hasta llegar a una escena onírica donde el padre de familia da de comer en la boca a cada uno de los miembros de la familia y los vecinos, mientras todos permanecen como zombies frente a la pantalla. Han sido convertidos en bebés que deben recibir el alimento, ayudados en sus necesidades fisiológicas y que sólo protestan a través de pataditas en el suelo –ya que no articulan palabras– cuando el televisor funciona mal. En la versión teatral esta situación encuentra una fórmula más precisa en las palabras auspiciosas del técnico que va a instalar el televisor:

> [...] felicidad las 24 horas del día. Ya no más lagunas. Al dejar un programa a la noche, el hombre irá a descansar pensando en el de la mañana siguiente. Continuidad significa intensidad, vivencia.[10]

En una entrevista realizada en 2001, Fernández Jurado señala que en la adaptación cinematográfica dejaron de lado todo lo que en la obra de teatro refería a la Revolución cubana y al contexto político:

> Nosotros quisimos mostrar más la influencia del televisor y qué ocurría con la familia y ahí nos equivocamos. Sacamos todo lo referente a la Revolución y no nos dimos cuenta que eso era lo que le había dado éxito a la obra. Para que una obra tenga fuerza el problema tiene que estar presente y aún no había influencia de la televisión. [...] La televisión recién estaba llegando.[11]

Ciertamente la película tendía a ridiculizar situaciones que se presentaban como anticipatorias (especialmente en la escena onírica) pero en forma bastante ingenua y sin conseguir condensar imágenes potentes para representar esa continuidad. Conseguir una representación semejante suponía contraponer una imagen total de sociedad donde esas transformaciones eran posibles,

algo que el filme no podía proponer pues partía del presupuesto de que las relaciones familiares y sociales previas a la llegada del televisor eran idílicas.[12]

Mientras en los filmes anteriores la televisión interesaba desde la perspectiva de su audiencia, en *Pajarito Gómez* (1965), de Rodolfo Kuhn, el interés se desplaza hacia los mecanismos de producción de los ídolos aunque no deja de tematizar los efectos que aquellos producen en su público. El cuestionamiento a la idea de que la novedad opere como garantía de felicidad aparece reiteradamente en el filme que relata la construcción de una estrella fabricada por una empresa discográfica y el sistema de medios en su conjunto, hasta consumirla rápidamente. Una de las canciones del ídolo que remite a la canción de presentación de *La familia Falcón* ("Juntitos, juntitos") condensa esa banalización de las utopías de futuro operada por la industria cultural:

Estaremos juntitos
en el año 2000.
Contentos viviremos
en el año 2000.
Nunca nos pelearemos
en el año 2000.
Felices estaremos
en el año 2000.
Viviremos cien años,
en el año 2000.
Seguiremos bailando,
en el año 2000.
Jamás nos dormiremos,
en el año 2000.
Por siempre viviremos,
en el año 2000,
en el año 2000.

El sarcasmo se vuelve más cruel cuando alguien pone este disco en medio del velorio del cantante y toda la muchedumbre apesadumbrada se pone a bailar al ritmo de su música. El año 2000 no aparece como un futuro pletórico de felicidad, sino como la repetición de un presente desoladoramente frívolo.

La película pretende mostrar la unidad de la industria cultural y el modo en que nadie queda fuera del circuito asfixiante que ésta genera. El público está representado por una chica del interior que gana un concurso para pasar un día con Pajarito y termina humillada y abusada por su ídolo. Las estrellas deben vivir la vida que los medios les construyen: Pajarito y otra cantante de la empresa viven el romance que los sondeos de opinión les recomiendan hasta confundir sus propios sentimientos con aquellos que se les han impuesto. Ni siquiera los intelectuales escapan al mecanismo: un sociólogo aparece criticando el sistema en un programa periodístico, después de que otro sociólogo había brindado las pistas para la construcción del mito. Sólo el empresario capitalista parece capaz de mover los hilos con autonomía. La película amasa, parodiándolos, una infinidad de discursos pertenecientes a la industria: la televisión es mesa redonda, show musical, programa de concursos, publicidad. Pero también está presente la fotonovela, las revistas del espectáculo, la radio y, por supuesto, la industria discográfica. *Pajarito Gómez* cuestiona las relaciones entre cultura y mercado y coloca a la juventud como eje de la relación. Lo joven es, al mismo tiempo, un valor a ser exaltado y un espacio del mercado a ser capturado. La ecuación juventud-futuro es colocada como una referencia vacía y superficial. La muerte –provocada por la distracción de un guardabarreras que estaba escuchando un disco de Pajarito– y la escena final del velorio, no dejan muchas fisuras.

En *Los jóvenes viejos* (1962) también de Rodolfo Kuhn, la idea de que la juventud no es un valor en sí mismo sino que depende de cómo los jóvenes se relacionan con el mundo, es llevada al extremo.[13] Allí los jóvenes se dedican a pasar el tiempo o a hacer publicidad, nunca a enfrentarse al sistema. Las críticas cinematográficas del momento relacionan la película con los jóvenes "iracundos" que serían propios de "otros países", de manera que el tema de lo nacional frente a lo trasnacional no deja de estar presente como conflicto cuando se discute acerca de los jóvenes. Pajarito Gómez es comparado con Gardel (de hecho, la muerte en un accidente de tren se produce por el temor del personaje a un accidente aéreo) y se desliza la idea de que frente a los ídolos del tango que surgían de una auténtica expresión popular, Pajarito Gómez no es más que un producto sin raíces en nuestra cultura.

La fiaca de Ricardo Talesnik se estrena en teatro en 1967; la versión cinematográfica protagonizada por Norman Briski, es de 1969. La película

habla de rutinas de clase media (empleados de oficina, departamentos ínfimos, sueldos que no alcanzan para pagar cuotas infinitas) y rebeldías no violentas frente a la opresión del sistema. En *La fiaca* el lugar de la fantasía coincide con la infancia, lo que aparece asociado a ella es lo único que puede escapar al "sistema". Lo que cambia es el punto de vista: ya no se trata de niños jugando a ser grandes y anunciando tipologías adultas en cada uno de sus gestos, sino un adulto que imagina la niñez como el único momento de libertad y fantasía que ha podido permitirse en toda su vida. Por eso, cuando decide no ir a trabajar y quedarse a hacer "fiaca", le pide a su mujer revistas de historietas, cigarrillos de chocolate y la bolsa de agua caliente.

Todos esos placeres de la mano de los cuidados maternos de su esposa, pueden funcionar como una prolongación del espacio transicional, aunque las historietas formen parte de la industria cultural multinacional. La televisión, en cambio, no puede ser incorporada a ese mundo infantil. En la versión teatral forma parte de los objetos que la mujer desea recuperar para su hogar. En la versión cinematográfica ocupa un espacio aun más revelador: el personaje central tarda varios días en encender el televisor –hacer fiaca es sinónimo de quedarse en la cama, no afeitarse, leer el diario y revistas de historietas, nunca de ver televisión. Cuando finalmente la enciende, las publicidades funcionan como detonante para que devuelva todos los electrodomésticos que está pagando en cuotas. Bechelloni (1990) habla de "dos puntos de vista sobre la televisión: el de primer impacto y el de los hijos de la televisión". Ni Talesnik, ni la generación que vio *La fiaca* era "hija de la televisión".[14] Las historietas forman parte de su experiencia infantil, los dibujos animados, no.

En este sentido es interesante el modo en que aparece representada la televisión en una de las historietas más significativas del período. El personaje de Mafalda, que nació con los sesenta y pertenece a la primera generación televisiva, puede mantener el siguiente diálogo con su padre:

> Mafalda: Cuando vos eras chico, ¿qué programa de televisión te gustaba más?
> Padre: Cuando yo era chico no había televisión.
> Mafalda: ¿NOO?
> Padre: ...
> Mafalda: ¿Y entonces *para qué* eras chico? ¡Qué tonto!...

En Mafalda todos los medios de comunicación ocupan un lugar muy importante, tanto como organizadores de las rutinas y las relaciones sociales y familiares, como en la constitución de las identidades de sus personajes. Felipe, por ejemplo, equivale a historieta, series y dibujos animados. Sueña, imagina, teme –son las actividades más importantes de este personaje– como un héroe. Lo que más desearía en la vida es ser "El Llanero solitario". Sin embargo, nada más diferente del Llanero solitario que Felipe. Las historietas, las series y los dibujos son compensadores: permiten soñar con lo que no se es y organizar juegos infantiles fantasiosos.

El diario y la radio son omnipresentes. Todos los chicos leen el diario, no sólo Mafalda cuya preocupación por el mundo contemporáneo forma parte de su identidad de niña adulta. También Susanita lee el diario, aunque sea para saber que nada tiene arreglo y que lo mejor, entonces, será seguir pensando en sus futuros hijitos. Pero la radio y el diario son fuentes informativas, no de entretenimiento. La televisión en algún aspecto, también. Sin embargo, la televisión aparece frecuentemente como el lugar de la publicidad (igual que en *La fiaca*): "Use, compre, tome, coma, pruebe! ... ¡EEEEEEH! ... ¿Qué se creen que somos?", grita indignada Mafalda en una tira, mientras apaga el televisor. El problema es que luego piensa "¿Y qué somos?". La respuesta a su pregunta consiste en prender el televisor mientras dice: "Los muy malditos saben que todavía nosotros no lo sabemos".

La relación entre niñez y televisión que le plantea Mafalda al padre en la primera cita, resulta aún más clara en el personaje de Guille, su hermanito. Guille es menor que Mafalda y todo su grupo de amigos, y es el más televisivo de todos los niños de la tira. En un episodio en que se encuentra sonriente mientras duerme en la cuna, la madre se acerca e imagina que Guille sueña con ella. Luego se acerca el padre e imagina que es él quien aparece en los sueños del niño. En el último cuadrito se lo ve a Guille sonriendo, mientras sueña con un televisor donde aparece un *cowboy*.

En otra tira, Guille está mirando una escena romántica de despedida. Como la chica de la telenovela llora, él le ofrece su chupete para consolarla. Quino trabaja la perspectiva en la sucesión de cinco viñetas: la primera es un plano general de Guille frente al televisor, la segunda y la tercera acercan el plano tomando menos de la mitad de la pantalla y un primer plano de

Guille; la cuarta se vuelve a alejar, tomando las tres cuartas partes del televisor y el hombro de Guille. La última vuelve al mismo punto de vista que la primera para mostrar el acercamiento de Guille.[15]

La televisión presupone suprimir la distancia para involucrarse completamente. Sólo cuando Guille se acerca (junto con la imagen televisiva de la pareja que trabaja el mismo cambio de planos) puede "ver televisión", convertirse en un miembro de su audiencia. La distancia no está permitida, de allí que Mafalda, que es demasiado reflexiva y adulta para lograr esta ruptura de la convención, no pueda "ver televisión" como parte de su público. Por eso cuando ve un teleteatro le dice a su padre que está viendo "la pelea del libretista; es apasionante ver cómo ha luchado el libretista para no caer en las garras de la inteligencia". El problema de la "distancia adecuada" que tan bien condensa la tira de Guille se convertirá en uno de los tópicos de las críticas a la televisión a partir de estos años. Se trata de una discusión donde se plantea la relación entre arte y televisión y sus respectivas clasificaciones culturales, así como el lugar del intelectual respecto de este tema.

Intelectuales y artistas: entre el silencio y la verborragia

Tanto en el caso de los proyectos de "calidad artística", como en las reacciones suscitadas por la TV comercial, puede leerse el modo en que la televisión comienza a ser visible para intelectuales y artistas. Se trata de un sector particularmente proclive a la producción de discursos, de manera que es más simple la reconstrucción histórica de sus tomas de posición si lo comparamos con las posibilidades que se nos presentan para la reconstrucción de la perspectiva del público o de otras zonas de la producción televisiva. Sin embargo, los intelectuales no se pronuncian tempranamente sobre la televisión.

Jorge Rivera, en *La investigación en comunicación social en la Argentina*, señala que sobre el filo de los cincuenta, los textos sobre cultura popular, la sociedad de masas, las literaturas marginales y los nuevos medios tecnológicos son *La rebelión de las masas* de Ortega y Gasset, las colaboraciones de Francisco Ayala en la revista *Sur*, la *Sociología de la novela* de Roger Caillois, *Los ensayos críticos* de George Orwell, o *La cabeza de Goliath* de Ezequiel

Martínez Estrada. La segunda mitad de la década, es un período de profundos cambios políticos y culturales en el país, donde la concepción misma de la cultura comienza a verse modificada. Silvia Sigal (1991) señala que "el primer lustro posperonista fue simultáneamente apertura a la modernización y crisis de la unidad forjada en el antiperonismo", lo cual implica la complejización del campo y de sus relaciones con la política: la revista *Contorno* puede ser un buen ejemplo de ello, pero no el único. La creación del CONICET en 1957, de EUDEBA en 1958, de la CAFADE en 1959, el aumento de la matrícula y de las dedicaciones exclusivas en la Universidad son datos ilustrativos respecto de la confianza depositada en esos años en la posibilidad de una Universidad científica, volcada a la investigación y en contacto con los centros internacionales. Sin embargo, los medios de comunicación no parecen haber ocupado un lugar importante entre los temas introducidos en la Universidad en esos años, a pesar de que la Carrera de Sociología lideró la renovación de las lecturas y presupuestos de investigación en las Ciencias Sociales.

Un libro pionero en la utilización de la sociología empírica para el estudio de la cultura, fue el de Adolfo Prieto, *Sociología del público argentino* (1956) que, aunque no lleva a cabo una investigación *ad hoc*, se basa en los trabajos de Gino Germani, particularmente una encuesta de 1943 tendiente a conocer las actividades culturales y deportivas en la Ciudad de Buenos Aires. El interés de Prieto está orientado centralmente al público literario y a los lectores de literatura argentina. De allí que la televisión sea considerada alternativamente como un "asedio" para el libro o como un instrumento que puede llegar a ponerse al servicio de la difusión de la literatura y de la ampliación de su público, aunque no se le reconoce ningún tipo de especificidad a su lenguaje. Prieto parte de una idea estratificada del público donde la cultura concebida como espectáculo, por un lado, y la dificultad de los escritores e intelectuales para comprender esta "nueva" cultura, por otro, ha producido un divorcio entre los artistas y su público.

En 1961, Regina Gibaja realiza un estudio sobre el público asistente a una exposición de pintura moderna en el Museo Nacional de Bellas Artes, donde indaga acerca del consumo televisivo. La investigación buscaba contribuir "a plantear los problemas de la cultura en la sociedad moderna y, específicamente, de la interacción de las formas de la cultura superior con las manifestaciones masivas" que se concebían en términos de "impacto".

En este caso, "una exploración en el campo de las comunicaciones de masas y de su impacto en los sectores cultos de la población de Buenos Aires" (Gibaja, 1964: 8). En todo caso, podía suponerse en qué medida esa cultura valorada como "mediocre" podía "constituir un escalón positivo en el ascenso cultural de las clases menos educadas" (ídem: 14). Las preguntas en relación con la televisión se refieren a si los encuestados poseen o no televisor, en este último caso si es "por falta de interés", si consultan programas de televisión, si apagan el televisor cuando llegan amigos, si visitan a sus amigos para ver televisión, a lo que responde positivamente casi el 20%. La televisión se presenta, de esta manera, como un objeto incorporado al universo de los medios pero con el que se mantiene una relación de extraña familiaridad, aunque ya se perciben ciertas tendencias, cuando se sospecha que el televisor puede permanecer prendido mientras se está con amigos. Sin embargo, el público de arte todavía consideraba oportuna la falta de interés en un televisor.

También en 1961, Jaime Rest publica "Situación del arte en la era tecnológica" que introduce una perspectiva diferente sobre la industria cultural y la cultura de masas. Rest entiende que el proceso de modernización acarreó un aspecto positivo de democratización en el acceso a los bienes culturales y de ampliación del tiempo de ocio para sectores que habían sido excluidos del acceso a esos bienes en otras etapas históricas. En ese contexto le interesan dos aspectos de las transformaciones del arte en la era tecnológica: la relación de arte y sociedad, debido a la posibilidad de *difusión* del arte a públicos amplios por medios mecánicos, y la mudanza sufrida por el campo estético, en razón del impacto que el avance científico ocasionó en el quehacer artístico. Respecto de la televisión, le interesa sobre todo el primer aspecto, es decir, el alcance social de la difusión mecanizada ya que todavía no puede percibir (como apunta en el caso de la fotografía o la reproducción mecánica musical) modificaciones en la percepción atribuibles a la televisión. Se detiene, en cambio, en la reconfiguración de legitimaciones que impone, a través de un nuevo sistema de ídolos y temas que alimentan la conversación social, así como en el status atribuido a la posesión y renovación de los aparatos receptores y particularmente de la antena receptora:

> [...] poseer un receptor de televisión o demostrar vasta erudición en lo tocante a las fraguadas intimidades de los animadores e in-

> térpretes que aparecen en los programas televisados es, en los estratos populares, un sucedáneo de autoridad intelectual y de prosperidad material; en dicho sentido, tanto o más importante que adquirir un buen televisor es instalar la antena receptora más moderna, pues este adminículo se halla ubicado en la parte exterior de la casa y puede ser advertido por los otros miembros de la comunidad [...][16]

A continuación refiere una anécdota que relata Vance Packard sobre un pueblo norteamericano donde los habitantes colocan antenas de altura innecesariamente exagerada al tomarlas como símbolo de prestigio social. Por otra parte, el espectador televisivo es visto como un sujeto mucho más pasivo que el lector o el espectador de cine ya que ver televisión en el hogar no requeriría de un acto de voluntad.

Rest oscila entre el interés que le despiertan las observaciones sociológicas de los autores norteamericanos contemporáneos y las observaciones estéticas que le impone su formación en literatura. En ese sentido, no sólo encuentra interés estético en el cine, sino también en los afiches, las historietas y apunta que podría llegar a haberlo en los teleteatros debido al interés de prestigiosos autores o directores, entre los que cita a Jean Renoir. Pero, al mismo tiempo, se muestra esperanzado en los efectos de una televisión volcada a la educación. En realidad, el trabajo de Rest está plagado de observaciones interesantes, aunque no llega a superar la tensión teórica entre la atención a los cambios de percepción operados por los medios y una concepción instrumental de los mismos. Claro que no formaba parte del horizonte en el cual se planteaban esos problemas entonces y, por otra parte, al trabajo de Rest no le suceden investigaciones o ensayos que retomen sus hipótesis inmediatamente. Quienes se interesen por la televisión en los años siguientes, lo harán movidos, principalmente, por preocupaciones políticas.

Oscar Terán (1991) muestra cómo el campo de la "nueva izquierda intelectual en la Argentina" no se presentaba como un espacio homogéneo. De manera que las críticas que se le hacían a la televisión desde *Hoy en la Cultura* o *La Rosa Blindada*, desde el cine o el teatro, adquieren significados diversos. *La Rosa Blindada* publica una mesa redonda en 1965 titulada "¿Qué es la TV?"[17] donde las preocupaciones se refieren a si la

televisión permite hacer arte, si tiene un lenguaje propio, si es un medio de expresión o de difusión y fundamentalmente si se puede conjugar el arte con un gran negocio. En *Hoy en la Cultura*, Pedro Orgambide publica una nota titulada "La gran frustración", en el N° 8 de abril de 1963, donde la frustración refiere a aquella de los artistas que tienen que hacer publicidad, fotonovelas o novelitas rosa para poder hacer dinero. A esta nota le sucede una polémica que dura varios números donde la actitud que debe adoptar el intelectual y el artista frente a los medios de comunicación se convierte en eje del debate. Como veremos en el próximo apartado, las tomas de posición respecto de la cultura de masas se volverán cada vez más importantes en el campo cultural, así como la búsqueda de caminos alternativos o directamente oposicionales a los medios de comunicación.

Al mismo tiempo que el campo cultural se vuelve más complejo en los sesenta, las lecturas que servían como insumo para el discurso sobre la televisión, tampoco eran las mismas. Para ese entonces ya se habían incorporado trabajos del funcionalismo norteamericano, de la *Communication Research*, la Semiología y el Estructuralismo, pero además se produce el ingreso de esta problemática a medios no especializados.[18] El cambio de lecturas del cincuenta al sesenta está relacionado con la incorporación de disciplinas cercanas al campo de la comunicación, así como a la valoración del trabajo empírico ligado a la expansión de las Ciencias sociales. Sin embargo, la presencia de sociólogos y psicólogos –es decir, los nuevos profesionales– en los medios de comunicación masivos es un dato clave para comprender de qué manera y con qué componentes se conforma un discurso acerca de la televisión durante ese período.[19] Entre esas dos décadas también se produce un cambio en el imaginario tecnológico cultural al que la televisión no permanece ajena. El frondizismo en tanto generador de expectativas de futuro y el concepto de "desarrollo" acuñado por la CEPAL permitían imaginar un perfil de país donde el desarrollo iba a pasar por la industria pesada o la petroquímica antes que por los medios de comunicación, lo cual también puede explicar parcialmente la relativa indiferencia de los intelectuales respecto de los medios.

El discurso más específico sobre los medios de comunicación producido durante esa etapa proviene de Oscar Masotta y Eliseo Verón que desde el psicoanálisis y la semiología encontraron una mirada pertinente para esos

temas, pero también desde una suerte de fusión entre indagación teórica y artística sobre la que volveremos en el próximo apartado. Sería en los años inmediatamente posteriores, cuando el mapa de los estudios sobre comunicación de masas cobraría mayor complejidad e interés.[20] Los debates entre la revista *Lenguajes* cuyo Comité editorial estaba integrado por Eliseo Verón, Juan Carlos Indart, Oscar Traversa y Oscar Steimberg, y *Comunicación y Cultura,* donde participaban Héctor Schmucler y Armand Mattelart, escenificaron diferentes perspectivas teóricas, pero también el modo en que teoría y política se volvían indisociables cuando se planteaban estos temas. En ese momento también se recortan con nitidez las posiciones provenientes del campo "nacional y popular" representadas por Aníbal Ford, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano que encuentran en la cultura de masas la presencia de una cultura popular-nacional que tanto la semiología como el marxismo habrían pasado por alto. Es significativo que en el movimiento de incorporación de nuevos objetos que estos intelectuales realizan y entre los cuales se encuentra el tango, el folletín y la radio, la televisión no se presenta en la misma clave ya que se trataría de una manifestación de la cultura trasnacional. En el libro de Heriberto Muraro, *Neocapitalismo y comunicación de masas,* publicado en 1974, la televisión es presentada por primera vez como pieza clave del movimiento de trasnacionalización de la cultura y, a pesar de que en el libro hay un capítulo dedicado a la crítica del concepto de "manipulación", se insiste en la composición de los capitales intervinientes en el momento de expansión masiva de la televisión como clave interpretativa del medio.

El arte y la vida: vanguardia, medios de comunicación y política

Probablemente, en ningún debate de los sesenta se haya llegado tan lejos en los cuestionamientos a los medios de comunicación como en las experiencias llevadas adelante por artistas como Marta Minujin, Roberto Jacoby, Raúl Escari o Eduardo Costa, así como en las propuestas teóricas Oscar Masotta y Eliseo Verón que también estaban teñidas por la realización o participación en experiencias artísticas similares. Este desdibujamiento de las fronteras entre producción artística y teórica que intenta llevar adelante Oscar Masotta resulta de por sí reveladora. A diferencia del modo

en que la televisión fue tematizada o criticada por el cine, el teatro, la prensa o por aquellos intelectuales que tomaron una distancia crítica respecto de la misma, las experiencias realizadas por algunos artistas relativas a los medios de comunicación –algunas de carácter más lúdico, otras de corte más político– tuvieron como rasgo distintivo el haber captado el modo en que los medios de comunicación masivos alteraban completamente nuestra forma de percepción. Es el primer espacio en el que se cuestiona la pretendida neutralidad de los medios entendidos como meros instrumentos para la difusión de la cultura. Una cierta fusión entre las indagaciones perceptuales realizadas por artistas plásticos atentos a la relación entre los materiales, la técnica y los sentidos, y las ideas teóricas de Marshall McLuhan, en contacto con la Semiología estructural, permitieron idear una serie de experiencias de intervención y de teorización sobre los medios de comunicación donde la televisión pasaba a ser percibida por primera vez como "ambientación" antes que instrumento de información o de difusión.

Si bien esas ideas recorren prácticamente todos los *happenings* producidos entre 1962 y 1968, hubo algunos que colocaron a los medios de comunicación en el centro de la escena, como por ejemplo, "Simultaneidad en simultaneidad" realizado por Allan Kaprow desde Nueva York, Wolf Vostell desde Berlín y Marta Minujin desde Buenos Aires en el Centro de Experimentación audiovisual del Instituto Di Tella en 1966, o "*Happening* para un jabalí difunto o Participación total o El *happening* que nunca existió" realizado en 1966 por Roberto Jacoby, Eduardo Costa y Raúl Escari. Entre las Experiencias Visuales 1967 en el Di Tella, se presenta "Situación de tiempo" de David Lamelas, que consistía en catorce televisores que emitían una luz pulsátil y un sonido vago. Roberto Jacoby menciona una obra de Masotta que consistía en afiches pegados en la ciudad que anunciaban que se iban a pasar por Canal 9 y cuenta que:

> También yo hice una obra-conferencia al estilo John Cage por televisión en el Di Tella. Puse todos los televisores en circuito cerrado y yo estaba afuera de la sala, no aparecía y daba la conferencia por la televisión. La televisión era mucho menos accesible que ahora, era mucho más difícil llegar a la televisión. No existía el video grabador, eran unas cintas enormes, había que tener un ca-

> nal de televisión para tener un grabador de esos, miles y miles de dólares. No teníamos acceso a eso. [21]

Las observaciones sobre las limitaciones económicas que se presentaban para ejercer la crítica de los medios del modo elegido son bien sugestivas. Más adelante agrega:

> Yo había estado en Estados Unidos y había hecho unos proyectos loquísimos, de manifestaciones tecnológicas con medios que no pude llevar a cabo. Una situación medio desesperante: tenía las ideas de lo que tenía que hacer y no podía hacerlo.

Si bien la televisión ocupa un lugar central en el *happening* de Marta Minujin,[22] los medios de comunicación se superponían y remitían redundantemente unos a otros: la televisión en todo caso formaba parte del sistema global y envolvente de medios, de allí que ella prefiriera llamar a la experiencia "Señal de ambientación" antes que *happening*. Como bien señala Eliseo Verón –que había participado del evento– Minujin transforma (en lugar de representar) las relaciones habituales con los medios a través de la multiplicación y la simultaneidad de los mismos: las relaciones entre medio/contexto, privado/público, personal/impersonal, actividad/pasividad, realidad/irrealidad y observador/observado, se ven trastocadas completamente.[23] De la misma manera, la experiencia del "*Happening* que nunca existió" no se limitaba a poner en cuestión la verdad del contenido de los medios o demostrar que la prensa engaña o deforma –algo de sentido común– sino que se propuso intervenir en los mismos, construyó desde su misma lógica de funcionamiento.[24] Se trataba de mostrar "un juego con la realidad de las cosas y la irrealidad de la información".[25]

La emisión de "Simultaneidad en simultaneidad" consistió en diez minutos dentro del programa "Universidad del aire" en Canal 13, Radio Libertad y Radio Excelsior, lo cual permitió hablar de "invasión instantánea". Marta Minujin había transmitido otro *happening* por Canal 7 en 1964. Esto suponía una relación ambigua entre invasión, transformación y extrañamiento respecto de la televisión que la repercusión masiva de los *happenings* no hacía más que exacerbar. Es probable que, tal como señala Madela Ezcurra en su intervención dentro del volumen editado por Masotta, la informa-

ción sobre la actividad artística de vanguardia en los medios de comunicación de masas fuera muy abundante y esto contribuía a la deformación de la noción de *happening* hasta llegar a abarcar "imprevisibles manifestaciones".[26] De manera que

> el "mito" del *happening* ya había sido construido por los medios de comunicación, y era difícil recuperar el potencial utópico que buscaba ubicarlo como género total, que fusionara todos los demás e insertara el arte en la praxis vital. Al evidenciarse estas limitaciones, empieza a gestarse un nuevo género que en ese mismo año 1966 emerge como alternativa: *el arte de los medios de comunicación de masas.*[27]

En ese contexto se comprende, no sólo la intervención de Ezcurra, sino también la de Jacoby, "Contra el *happening*".[28]

Es difícil reconstruir la perspectiva de la audiencia menos informada sobre la transmisión televisiva de algunos de estos eventos: interrupciones de la programación realizadas en Teleonce o la transmisión de "Simultaneidad en simultaneidad" y otros *happenings* por Canal 13 y Canal 7, parecen haberse presentado de manera bastante aislada y sólo contextualizados por la "moda" de los *happenings* que entonces inundaba los medios.[29] Como observa Eliseo Verón a propósito de "Simultaneidad en simultaneidad":

> Tanto las personas que recibieron los telegramas y las llamadas telefónicas, como la audiencia de los programas de radio y televisión en el segundo día, eran completamente ajenas a lo ocurrido en la situación A [13 de octubre de 1966]. Por lo tanto, la característica que aquí se considera central en la situación B [24 de octubre de 1966] (circularidad emisión-recepción) sólo tiene existencia para las personas que estuvieron presentes en las dos situaciones.[30]

Lo cual puede llevar a confundir el hecho de crear *happenings* que tomen como materia las situaciones sociales de consumo masivo, y el consumo del *happening* mismo como obra. De esta forma, el "*happening* visto por televisión" –de la misma forma que la información sobre *happenings* analizada por Ezcurra– mediatizaba y se convertía en la única forma de contacto y

participación con el *happening* para la audiencia televisiva. Éste justamente era el problema que "El happening que nunca existió" de Jacoby colocaba en el centro de su producción al no permitir otro tipo de contacto más que la mediatización. El problema de la redundancia y la superposición de imágenes, que era un tópico recurrente en la mayor parte de los *happenings*, también es puesto en cuestión en el arte de los medios.[31]

La pretensión impugnadora del arte de los medios, suponía una crítica de difícil encasillamiento pero, sobre todo, no se trataba de una crítica que pudiera reconciliarse con aquellas que provenían de otros círculos. La respuesta de Masotta a las acusaciones de Klimovsky contra aquellos que confeccionaban *happenigs* en lugar de ocuparse del poder, los pobres, el hambre, etc., es un claro ejemplo de la dificultad para conciliar posiciones políticas y estéticas. Masotta cierra su intervención, "Yo cometí un *happening*", diciendo que su experiencia fue "un acto de sadismo social explicitado".[32] De la misma forma, Roberto Jacoby en una entrevista realizada en 1993, señala:

> Mirando para atrás me doy cuenta por qué el arte de los medios quedó encapsulado. Aparte de que las ideas sean utópicas, o absurdas, o malas, es llamativo el hecho de que hayan quedado en una especie de limbo, como flotando, porque nadie las recogió. Todas esas ideas sobre la importancia de los medios de comunicación tienen una significación política indudable. Toda la gente que hacía política después no lo pensó, no hacían política pensando que existían los medios de comunicación. [...] No es que no se plantearan el uso de la comunicación, sino que no se dieran cuenta de su alcance, de la dimensión, de la construcción del acontecimiento, de la construcción de política en los medios masivos, de cómo los medios masivos generan los acontecimientos, determinan los comportamientos de la gente, conforman la realidad. [...] El arte larga cosas que si las observás te sirven para la vida, te hacen entender, ver fenómenos diferentes, que no habías pensado.[33]

Las dificultades para conciliar posiciones en este terreno no permitían ningún tipo de acercamiento a la televisión cuya sola utilización teñía de sospecha cualquier búsqueda que conectara vanguardia y política. Las experiencias

ligadas a la *discontinuidad* y la *ambientación*, tal como sintetiza Masotta las características principales de los *happenings*, no podrán, en consecuencia ser recuperadas por las propuestas posteriores de relación entre arte y medios de comunicación que tengan como premisa, a su vez, la conciliación entre vanguardia artística y vanguardia política. La experiencia de "Tucumán Arde" sería, en este sentido, un punto culminante a través de la impugnación de las instituciones artísticas, pero además, por las consecuencias profundas que deja en los artistas que participan en la misma, que en muchos casos abandonan el arte en pos de la política.

De la misma manera, aunque con presupuestos estéticos muy diferentes, el grupo de Cine Liberación o, más adelante, el grupo Cine de Base, construyen circuitos alternativos de producción, circulación y recepción de sus mensajes: ya no se trata de reformar, intervenir o criticar los canales existentes, sino de generar espacios de contrainformación. *La hora de los hornos* del Grupo Cine Liberación, cuestiona el rol de los medios de comunicación en tanto agentes del imperialismo y de la despolitización de las masas. Como muchos otros directores de cine entonces, Fernando Solanas trabajaba simultáneamente haciendo publicidad, sin embargo, esto se justifica como un "medio de vida" que permite llevar adelante un cine militante sin financiamientos oficiales, de ninguna manera como un espacio contiguo de creación.[34]

El itinerario de Raymundo Gleyzer es, quizás, la muestra más acabada de las transformaciones operadas en esa posible/imposible relación con la televisión. Gleyzer, después de haber filmado entre 1963 y 1966 varios documentales, dos de ellos con Jorge Prelorán, trabaja como camarógrafo para Canal 13 entre 1966 y 1967, luego continúa enviando materiales desde distintos países para ser emitidos por *Telenoche*, hasta que en 1970 filma *México, la revolución congelada*. Finalmente, la formación del Grupo Cine de la Base, tanto como su relación directa con el PRT-ERP, suponen un intento de conciliación entre arte y política bien diferente de las que podían hallarse en las experiencias del Di Tella, con lo cual no se trata de encontrar lazos que no existían, sino señalar el modo en que por caminos y concepciones del arte y los medios de comunicación muy diferentes, se dificultaba la posibilidad de acercamiento, transformación o renovación de los medios de comunicación de masas y particularmente de la televisión. No se trataba únicamente de traducir la oposición apocalípticos e integrados, ya que la

urgencia con que se imponían las tomas de posición política suponía la emergencia y construcción de nuevos canales de circulación y también de nuevos ejes de debate.

Sin embargo, la premisa de "la afirmación radical del valor del arte en relación a la vida y el rechazo del arte en favor de la vida"[35] presente en Alberto Greco y en Marta Minujin y que retoma premisas de diferentes expresiones de vanguardia, encontraban en la televisión una expresión privilegiada. La toma en directo, el tiempo real, la "transparencia" de las imágenes televisivas, su capacidad para presentar "la gente común" y la dilución de fronteras entre lo público y lo privado, eran características cuyas potencialidades parecían expresar postulados de vanguardia. Sin embargo, así como la "moda" de la palabra "*happening*" provocaba una cierta ambigüedad y deformación en su uso, la masividad de la televisión iba a contrapelo de la posibilidad de explotación de sus características técnico formales más interesantes. O, en todo caso, la concreción comercial de esas utopías técnicas, no dejaba de tener un sabor a rotundo fracaso: las posibilidades técnico formales no podían convertirse en rasgos de democratización sin que se vieran afectados en el intento. Las promesas abiertas por las tecnologías de comunicación no suponen su concreción sociológica, algo que hemos intentado desarrollar en la primera parte del libro.

Las imágenes documentales que filma Raymundo Gleyzer en las Islas Malvinas para *Telenoche* en 1966 (el mismo año en que se realiza la mayor parte de los *happenings* en Buenos Aires) pueden servir como un buen ejemplo del modo en que cierto tono "etnográfico" podía ser aplicado a los habitantes de las islas de la misma manera en que probablemente se aplicara a muchas otras notas de color en el noticiero. Gleyzer venía de filmar dos películas con Jorge Preloran –*Ocurrido en Hualfin* (1965) y *Quilino* (1966)– después de haber realizado varios filmes de su autoría desde 1963. De manera que las notas de "color" que realizó para *Telenoche* no pueden ser vistas como intervenciones inocentes mejor o peor logradas. Las imágenes sobre Malvinas muestran la vida cotidiana de sus habitantes, sus hábitos, instituciones y rituales, intentando reponer la mirada de sujetos específicos, sin homogeneizar el punto de vista del "malvinense", pero sin dejar de deslizar, tampoco, ciertas formas de ironía.[36] El relato comienza siguiendo a un habitante de las Islas en su viaje de regreso a las mismas y continúa con el "ritual" de la llegada del barco a Puerto Stanley. Describe la nevada y la

dificultad que significa para los habitantes conseguir fruta fresca. Se trata de 30 minutos que fueron fragmentados para ser emitidos en varios capítulos como un informe especial dentro de *Telenoche*, ya que era la primera vez que se obtenían imágenes de las islas. Se muestran escenas de los chicos jugando con la nieve, los hombres cantando y bebiendo en un pub, jugando a los dardos, un living familiar donde se toma el té y se toca el piano, un desayuno con cereales y enlatados que dan cuenta de las dificultades para conseguir alimento fresco en el lugar, los niños en la escuela, una clase de español para adultos, pero también las autoridades y las instituciones de gobierno, la iglesia, el cementerio. Al mismo tiempo, todos los fragmentos remiten indirectamente a la condición política de las islas y a los sentimientos encontrados que despierta en un argentino el descubrimiento de esa vida cotidiana en medio de tensiones inevitables. Uno de los fragmentos más interesantes es el de un entierro que lejos de incorporar una nota melodramática, es mostrado con total ironía.

Estas imágenes fueron emitidas por *Telenoche* con un relato en *off* leído por Jorge Maidana que comentaba cada episodio, además de un fondo musical. Tanto el texto como el tono de lectura del mismo y la musicalización, conforman un repertorio de lugares comunes y de banalización de algunos aciertos documentales. De cualquier manera, no me interesa profundizar en la supuesta "deformación" de las imágenes por parte de la televisión que ha sido la lectura habitual de quienes intentan reivindicar la figura de Gleyzer, sino el modo en que la aplicación de esa mirada etnográfica a Malvinas, con una suerte de pretensión de puesta en relación de vida cotidiana, informe institucional y política, se instala con comodidad en la televisión. Los informes que realiza posteriormente Gleyzer desde diferentes países y que en ese momento plasman una de las funciones más puras de las utopías televisivas (la TV como ventana al mundo), también permiten anticipar las cámaras viajeras y la banalización de este tipo de reportes en la actualidad.[37]

Otro de los pocos intentos de producir ese acercamiento entre "el hombre común", su lugar de contacto con las instituciones políticas y sociales desde el interior de la televisión, fue el programa realizado por el "Clan Stivel" en Teleonce: *Cosa juzgada.* Se trató de una experiencia que también ponía en cuestión las fronteras entre representación artística y vida cotidiana a través del desdibujamiento de los límites entre ficción y realidad. Cada capítulo partía de un caso judicial que era seleccionado por Marta Merca-

der y luego convertido en guión televisivo por Juan Carlos Gené. A veces se realizaban transformaciones mínimas para poder adecuar las situaciones a las características de los actores del grupo que eran siempre los mismos,[38] aunque semana a semana variaba quiénes tenían a su cargo los roles protagónicos o los papeles menores, lo cual ya era de por sí un modo de organización opuesto a los criterios de producción televisiva.

El programa insistía en proclamar el carácter "verídico" de las historias que presentaba, y cerraba con la leyenda: "Recordamos a todos que, cambiados los nombres y algunas circunstancias, el caso es real". La decisión de trabajar sobre casos judiciales ubicaba la realidad en una perspectiva "social" muy peculiar, casi foucaultiana ya que tomaba al registro policial y judicial como el único lugar donde los marginados dejan su huella en la sociedad, pues de no ser por ese "encuentro" con la ley, permanecerían absolutamente anónimos o indiferenciados. A pesar de cambiar los nombres de las personas involucradas, *Cosa juzgada* trata la pobreza, la marginación o la delincuencia desde perspectivas personales, como "casos" con contextos e historias de vida peculiares. Sin embargo, el programa –sin dejar de cuestionar el funcionamiento de las instituciones existentes– reclama constantemente la creación o intervención de otras más idóneas o pertinentes. A pesar de que los casos presentaban generalmente aristas psicológicas de difícil o imposible solución, siempre sobrevolaba –y a veces se explicitaba– la idea de que la creación o el mejoramiento de las instituciones solucionaría o por lo menos aliviaría la dramaticidad del caso. Por ejemplo, en un episodio titulado *El dolor*, una mujer se vuelve adicta a la morfina como consecuencia de un post operatorio transcurrido en un Hospital público donde se le suministraron dosis excesivas de la droga. Es procesada luego de falsificar recetas en forma reiterada, pero finalmente es absuelta porque se reconoce su condición de víctima de la situación, y, además, porque el Estado no tiene un lugar donde ella pueda recibir un tratamiento adecuado. Es decir que, si bien el caso no tenía cura, se le podría haber aliviado cierto sufrimiento a la víctima que, sin embargo, en la "vida real" ha sido librada a su propia suerte.

Otro capítulo con algunas características similares es *Nadie* que luego daría lugar al film dirigido por Lautaro Murúa, titulado *La Raulito* (1975). En el programa, que fue protagonizado por Marilina Ross –también protagonista del filme– se subraya la dificultad para tratar un caso de rechazo de

la identidad femenina como ocurre con ese personaje, pero al mismo tiempo se insiste en las causas sociales de abandono, desatención, falta de afecto que llevaron al personaje a esa situación y que difícilmente le permitan salir de ella si no se operan cambios importantes en la sociedad. Este caso tuvo una repercusión espectacular que llevó al personaje real a convertirse en una presencia habitual en los medios de comunicación. De esta manera, la casuística cobraba todo su sentido ya que no tomaba un personaje típico: "La Raulito" era un "raro", antes que un personaje común. El travestismo del personaje también fue un ingrediente importante para la construcción del caso que llevó a poner en circulación rumores sobre la homosexualidad de la actriz, lo que redundó en otra superposición entre ficción y realidad tan caras a la televisión.[39]

El interés por trabajar en el punto de cruce entre la psicología y la sociología revela la presencia de esas miradas como marca de modernización y de cierto "progresismo" de ideas que resultaba provocador y atípico dentro de la programación televisiva, pero no por eso expulsable.[40] Por el contrario, *Cosa juzgada* fue un éxito, al mismo tiempo que conseguía la valoración de un público con intereses más diversos que la media. El formato de programa unitario –por contraposición al teleteatro– pero que era al mismo tiempo específicamente televisivo –a diferencia del teatro adaptado– también parece haber sido un ingrediente para su éxito, ya que el programa no se apartaba de un formato estable (desde la presentación de los títulos iniciales, hasta el locutor en *off* que cerraba el programa narrando los sucesos posteriores a aquellos que habían sido presentados en el capítulo: condena, absolución, efectos sobre las vidas de los personajes, las invariantes que le daban identidad y continuidad al programa eran numerosas). Sin embargo, la clave estuvo, sin duda, en el trabajo sobre materiales de la realidad, el cruce entre realidad y ficción como principio constructivo de un programa parecía llevar las posibilidades de la representación televisiva a un punto de ajuste poco frecuente.[41] Quizás el aspecto problemático de esa mixtura estuviera en el hecho de que no resultara en absoluto problemática. A diferencia de los intentos vanguardistas de irrupción de lo real en las instituciones artísticas, donde esto resultaba chocante o provocativo, la televisión era capaz de absorberlo todo sin que significara poner en escena algún tipo de conflicto. En este sentido, puede servir la comparación entre la recepción que tuvo "La familia obrera" de Oscar Bony presentada como

parte de las Experiencias visuales 68 organizadas por el Instituto Di Tella[42] y la repercusión alcanzada por el personaje de "La Raulito". "La familia obrera" era una instalación formada por tres personas: Luis Ricardo Rodríguez, padre de familia, su esposa Elena Quiroga y el hijo Máximo Rodríguez Quiroga. La familia se ubicaba en un pedestal formado por dos tarimas donde el autor había colocado un cartel que aclaraba la paga que recibían los modelos por permanecer en exhibición. Un grabador emitía sonidos ambientales captados en el hogar de los Rodríguez. Las denuncias de explotación o utilización degradante por parte de Bony de personas "reales" fueron recurrentes.

Notas

[1] Arturo Jauretche se refiere al "duro corazón de los cultos" en *Los profetas del odio*, 1957.

[2] Sarlo, 2001: 14.

[3] El caso de "Tucumán Arde" es probablemente el intento de fusión de vanguardia artística y vanguardia política más notable, que lleva a varios de los artistas que participaron al alejamiento del arte. Al respecto puede verse: Longoni y Mestman, 2000.

[4] El caso de Rodolfo Walsh es paradigmático, pero no exclusivo. Es interesante el análisis de Claudia Gilman (1997) respecto del antiintelectualismo de los intelectuales de izquierda latinoamericanos durante esa etapa que los lleva a optar por prácticas políticas antes que intelectuales.

[5] Sobre el *Cine de súper acción* y *Hollywood en castellano*, puede verse Curubeto y Peña, 2001, que incorpora un listado de los filmes emitidos en esos ciclos e información del cine en la televisión argentina haciendo particular hincapié en la programación de Canal 11, lo cual no resulta arbitrario ya que el dato más destacado de la inauguración de ese canal fue la filmoteca con la que contaba. El ciclo *Hollywood en castellano* confirma la novedad del doblaje todavía en 1965.

[6] Aunque la bibliografía más reciente no establece una relación monocausal entre la expansión de la televisión y el descenso de la asistencia a las salas cinematográficas, las cifras son abrumadoras. En 1946 se había alcanzado el punto más alto de asistencia a salas cinematográficas y en 1949, mientras los espectadores cinematográficos descendían un 20%, la difusión televisiva aumentaba en un 400%. Ese año comenzaban a percibirse los efectos de la resolución de la Corte Suprema de 1948 que disponía la separación de los diferentes sectores de la industria cinematográfica (exhibición, producción y distribución) que lleva a la expansión de los estudios hacia la producción de telefilmes. *Alfred Hitchcock Presents* comienza a emitirse en 1955 y es uno de los casos más espectaculares de un director de cine con renombre en ocuparse de ese nuevo formato. Para un análisis de ese proceso puede verse Castro de Paz, 1999.

[7] Ver capítulo 4.

[8] Fuente: *El cine argentino.*

[9] José de Thomas, *El televisor*, Buenos Aires, Talía, 1962: 39.

[10] Ibídem: 23.

[11] Entrevista realizada por Manuel Barrientos y Martín Duca en el marco de un Seminario de grado en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA, 2001.

[12] Esto resulta más evidente cuando se compara con las anticipaciones contrautópicas que había presentado la literatura de ciencia ficción bastante tiempo antes: desde *1984* (1943) de George Orwell hasta *Fahrenheit 451* (1953) de Ray Bradbury ubicaban la televisión como técnica privilegiada de una sociedad de control donde la estupidización producida por los programas en la audiencia era un aspecto casi banal en relación con otros aspectos de las críticas políticas en Orwell y culturales en Bradbury desde antes. La versión cinematográfica de *Fahrenheit 451* realizada por Francois Truffaut es de 1966, pero la reivindicación de la cultura del libro frente a la invasión televisiva que presenta Bradbury impregna los discursos mediáticos sobre la televisión. Bradbury, en su condición de autodidacta y escritor popular encuentra fórmulas muy adecuadas para convertir sus críticas a a cultura de masas en éxitos masivos.

[3] Algo que también es eje de *Tres veces Ana*, mencionada anteriormente.

[4] Bechelloni dice que "se puede ser hijos de la televisión de dos maneras: o porque la primera socialización ha sentido fuertemente la influencia de la televisión o porque la televisión ha intervenido de modo arrollador y se ha introducido establemente en el horizonte cultual de una persona". La hipótesis de Bechelloni es que los intelectuales que teorizan –nosotros aclararíamos que teorizaban– sobre la televisión, no pertenecen a la categoría de los hijos de la televisión con lo cual su percepción del medio es radicalmente distinta de la de los espectadores medios.

[15] Ver Anexo fotográfico.

[16] Rest, 1961: 306.

[17] *La Rosa Blindada*, Buenos Aires, N° 7, noviembre-diciembre 1965.

[18] Renata Rocco Cuzzi y Maite Alvarado (1984) señalan esa presencia en *Primera Plana.*

[19] El registro de esa presencia atraviesa las ficciones que tematizan la televisión: como hemos visto, pueden hallarse en *Pajarito Gómez*, *Mafalda* o *La fiaca*, por ejemplo.

[20] Sobre estas revistas y el seguimiento de los trabajos sobre medios de comunicación de este período puede verse Grimson y Varela, 1999: 43-98; Sarlo, 2001. Sobre la revista *Comunicación y Cultura*, Lenarduzzi, 1998.

[21] Entrevista reproducida en Longoni y Mestman, 2000: 292.

[22] "Simultaneidad en simultaneidad" fue realizado en dos etapas: un primer día los asistentes (60 personas) se sentaron frente a televisores colocados en filas mientras se les pedía que prendieran aparatos de radio que se les habían entregado y fueron filmados y grabados mientras se transmitía en simultáneo con New York y Berlín. En la segunda etapa, se emitió la grabación realizada durante el primer encuentro con los asistentes dispuestos de la misma forma, mientras Minujin informaba que había enviado cien telegramas y realizado otros tantos llamados de teléfono. Para la reconstrucción del hecho puede verse Masotta 1967.

[23] Verón, 1967. En 1962, Susan Sontag realiza una caracterización del *happening* que consideraba algunos de los aspectos desarrollados por Verón y por Masotta (Sontag, 1996: 310-354).

[24] El "Happening que nunca existió" consistió en enviar información (gacetillas, fotos, testimonios) a algunos medios de comunicación que reprodujeron esos materiales de manera que otros medios a los cuales los realizadores no habían informado, levantaron la noticia y continuaron produciendo discursos sobre el supuesto evento.

[25] Jacoby, 1967: 125.

[26] Ezcurra, 1967: 191.

[27] Longoni y Mestman, 1995: 131.

[28] Jacoby, 1967: 125.

[29] Algunas de esas experiencias fueron presentadas en una exposición sobre Arte y medios de comunicación en la década del sesenta en el Museo Nacional de Bellas Artes.

[30] Verón, 1967: 88.

[31] Sobre el problema de la redundancia y la recursividad resulta interesante el "Happening sobre happenings" donde se reprodujeron cuatro happenings realizados con anterioridad por diversos artistas, particularmente el realizado por Kirby. Al respecto puede verse Costa y Masotta, 1967.

[32] El *happening* de Masotta se llamó "Para inducir al espíritu de imagen" y fue realizado en noviembre de 1966 en el Instituto Di Tella. Para una reconstrucción del mismo, puede verse Masotta, op. cit.

[33] Longoni y Mestman, 1995: 138. Una entrevista completa a Jacoby sobre este tema se transcribe en Longoni y Mestman, 2000.

[34] Al respecto, señala Solanas: "Y luego seguí juntando archivos, compraba películas a los noticieros, y todo eso pensando en hacer *La hora de los hornos*. Para eso generé una estructura que me permitía tener recursos para poder realizarla: era una pequeña productora de películas de publicidad, con lo cual iba financiando y generando un espacio para poder filmar una película fuera de todo financiamiento oficial. [...] Yo quería tener a alguien que me ayudara en la investigación y el guión, y así lo convoqué a Octavio Getino, que hizo un aporte invalorable porque es un hombre muy lúcido y de una gran capacidad de trabajo, y a un grupo de compañeros que también trabajaban en la productora. Juan Carlos Desanzo fue quien hizo la fotografía, y como no había recursos yo le garantizaba la fotografía de todos los filmes publicitarios", en: Ferreira, 1995: 295.

[35] Masotta, 1967: 14.

[36] No es difícil encontrar coincidencias entre estas características de las imágenes del noticiero (además de la recurrencia de la escena del entierro en *Los traidores*) y el cine de Gleyzer. En este sentido, la idea de que los filmes debían entretener y concientizar al mismo tiempo, así como la inclusión de marcas de géneros populares (el melodrama, el policial, por ejemplo) se presentan como premisas que no compartía necesariamente con otros directores contemporáneos. Al respecto, resulta interesante el siguiente comentario de Peña y Vallina (2000: 218): "Una de las primeras exhibiciones de *Los traidores* tuvo lugar en la edición 1973 del Festival de Pesaro, Italia, donde años antes se había producido el exitoso estreno de *La hora de los hornos*. En cambio, *Los traidores* fue recibida con desconcierto y cierto rechazo. Se impugnó la prolijidad, el color, la decisión misma de hacer un film de ficción, la existencia de una historia".

[37] También Gerardo Vallejo trabajó para *Teleprensa*, el noticiero del canal de televisión de la Universidad de Tucumán hacia 1967. El mismo relata algunas experiencias como camarógrafo del noticiero con la intención de mostrar el modo en que se podía evitar la censura, así como producir efectos inesperados a través de la yuxtaposición de imágenes discordantes (Vallejo, 1984: 129-137).

[38] El elenco estable estaba formado por Norma Aleandro, Federico Luppi, Juan Carlos Gené, Emilio Alfaro, Carlos Carella, Bárbara Mujica y Marilina Ross. Eventualmente intervenían actores o actrices invitados de acuerdo a las necesidades del unitario; entre los que participaron encontramos a Milagros de la Vega, Menchu Quesada o María Luisa Robledo.

[39] Verón (1980) encuentra en el modo de producción televisiva, la explicación para el hecho de que el "espesor ficcional de los personajes queda completamente abolido" en los teleteatros latinoamericanos, lo cual lleva a la confusión habitual entre personaje y actor o actriz.

[40] Las "voces" profesionales en el programa resultan bastante evidentes en la selección misma de los casos, y también en el tratamiento a que eran sometidos en el guión. En la publicación que se realizó de algunos guiones, esta presencia fue explícita ya que a cada guión le seguía la presentación de "El caso real" y luego la "Interpretación psicológica" realizada por los Dres. Jorge Nonini e Ignacio Maldonado Allende. Véase: Gené, Juan Carlos, *Cosa juzgada*, Granica, Buenos Aires, 1970.

[41] La extrapolación con el cruce que realiza Rodolfo Walsh entre periodismo y literatura resulta fácil, ambos intentos parecen formar parte de un mismo movimiento que tendió a la dilución de las fronteras entre ambas prácticas. Sin embargo, las diferentes técnicas empleadas en un caso y en otro impiden avalar esa extrapolación de manera simple: hacer televisión suponía contar con una infraestructura técnica y económica que la literatura no exigía, de la misma manera que la periodicidad semanal del programa –si bien no era equiparable a las tiras diarias de telenovela– tampoco propiciaban una elaboración similar a la de algunas investigaciones periodísticas de Walsh. De la misma forma puede pensarse la relación con el cine documental de ese momento. Al respecto es interesante la explicación que da Jorge Preloran sobre su "estilo": tenía la limitación técnica de 20 minutos de filmación como máximo y no podía grabar sonido directo, de manera que le resultaba casi imposible registrar voces de diálogo. A partir de esos datos, entiende que lo mejor era trabajar sobre un solo relato de un personaje: "Jorge Preloran" (1999) de Carlos Masotta y Paulo Campano. Es más difícil encontrar explicaciones similares sobre las realizaciones televisivas, aunque algunas declaraciones de Stivel o las de Dragún citadas en el capítulo 3, permiten ver un alto grado de reflexividad sobre la explotación de las limitaciones de producción.

[42] Para una descripción más exhaustiva y un análisis de la experiencia, puede verse Herrera, 1993: 174-182.

Capítulo 8

1969: la historia en directo

La consolidación de un discurso específicamente televisivo implicó la repetición de esquemas que resultaran fácilmente reconocibles para sus audiencias y que generaran nuevos hábitos de recepción televisiva: una televisión que estuviera allí, siempre presente, sin necesidad de construir rituales que produjeran discontinuidad con la vida cotidiana. Deja de ser un acontecimiento extravagante para convertirse en materia de la vida misma debido a la pregnancia de un lenguaje que progresivamente se irá banalizando. Como hemos visto, hubo ciertas excepciones en el plano de la ficción o de la relación entre ficción y realidad, a partir del contacto con algunas formas artísticas contemporáneas que permitieron producir innovaciones –condición indispensable para la permanencia de ese flujo repetitivo–; nos ocuparemos ahora, del modo en que la televisión construyó los acontecimientos históricos contemporáneos hasta transformarse en un componente activo de los mismos.

Nos centraremos en dos acontecimientos, uno nacional y otro global ocurridos con pocos meses de diferencia durante 1969: el Cordobazo y la llegada del hombre a la Luna. En el primer caso, se trató de un hecho que irrumpió con violencia en la política argentina y frente al cual la televisión ocupó un lugar preponderante: construyó una memoria visual del Cordobazo –algo que había conseguido extraordinariamente el cine– y le otorgó dimensión nacional a un hecho ocurrido en la ciudad de Córdoba. Así como los noticieros cinematográficos representaron a las masas peronistas durante sus dos primeros gobiernos, la televisión dejó registro de la sorpresa, la violencia y el nuevo orden que el Cordobazo intentó instaurar en la escena política. La expansión nacional instantánea de las imágenes causó efectos

políticos de importancia y funcionó como anticipo de la relación indisociable que muy pronto se establecería entre televisión y política.

La llegada del hombre a la Luna fue, en cambio, un acontecimiento planificado obsesivamente y que todas las voces coincidieron en calificar como un hecho "televisivo", es decir que el impacto que produjo contemporáneamente responde a la transmisión global de que fuera objeto. Como si no fuera necesario esperar a que la historia irrumpa inesperadamente, la llegada del hombre a la Luna demostró que se podía ir a su encuentro con un equipo de producción atento y entrenado para no ser tomado por sorpresa. Implicó, además, el fin de la carrera espacial que era un espacio privilegiado para la representación de la Guerra fría en el plano simbólico, de manera que la presencia norteamericana en la Luna convertía a Estados Unidos en el líder indisputable de la Tierra entera, algo que no resultaba un elemento menor para una televisión siempre tensionada por la presencia de lo norteamericano en su pantalla y detrás de ella. El recorrido de este capítulo irá, por lo tanto, a contrapelo de lo que hemos señalado al final del precedente. Mientras la ficción televisiva pareció encontrar su mejor expresión en la mixtura con la realidad, veremos que la televisión difícilmente podía dejar de transformar en espectáculo cualquier acontecimiento histórico. Como en un sistema de pinzas, la ficción televisiva se volvió hacia la vida, mientras la vida era planificada hasta volverse cada vez más televisiva. Lejos de los brillos espectaculares, esto implicaba horas tras horas de transmisión regular sin asomo de sorpresa, hasta que de pronto –con o sin previo aviso– acontecimientos extraordinarios obligaban a alterar la rutina.

La montada retrocede a cascotazos

Filas de policías ocultan sus perfiles tras el paredón de ladrillos a la vista de una esquina de barrio, mientras en el centro de la calle el fuego termina de consumir una masa incomprensible de objetos. Colectivos, semáforos, jóvenes que corren, jóvenes que construyen barricadas, jóvenes que sobrepasan barricadas en una suerte de manifestación desordenada pero pujante y numerosa. Autos volcados, en llamas; y autos volcados, completamente incendiados. Gran cantidad de autos diseminados y un cartel de "Citroën service" que cae colgado por un solo lado. Unos jóvenes corren muy veloz-

mente, otros se esconden detrás de los árboles o asoman sus cabezas desde típicos umbrales de barrio, un grupo avanza con decisión arrojando piedras a la policía montada. Todo sobre el fondo de casas bajas blancas o en medio de calles comerciales donde los carteles de los negocios permiten el reconocimiento, tanto como el extrañamiento, de una ciudad que se oye estallar.

Las imágenes televisivas del Cordobazo resultan de un desorden contundente. Parecen captadas al fuego de los disparos y el silbido de las piedras que enfrentan con una nitidez hiriente dos bandos en lucha desigual. Como en la típica escena del *western* donde el héroe y el villano se retan a duelo en medio de la calle principal de un pueblo fantasma, cuyos habitantes se encuentran ocultos tras puertas y ventanas cuidadosamente cerradas, las calles del Cordobazo cuentan con protagonistas antagónicos en sus extremos. Sin embargo, mientras el *western* pone en escena un duelo, es decir la simetría del acercamiento y el enfrentamiento de los contendientes desde posiciones estables, las calles del Cordobazo dan cuenta de territorios móviles, de espacios que deben ser conquistados, defendidos o recuperados, de avances y retrocesos, con el dramatismo que implica el desconocimiento del resultado final. La potencia de las imágenes del Cordobazo proviene del hecho de que no sólo se desconoce qué bando resultará ganador en la contienda sino que además los pobres y los débiles avanzan, mientras los símbolos de los poderosos –caballos, uniformes, armas de fuego– retroceden desorientados o se esconden cobardemente. Si bien la retórica popular siempre valora la posición del más débil, las series televisivas habían acostumbrado el paladar a la inestimable ayuda del 7° Regimiento de Caballería. Aquí, cuando aparece, es para ser expulsado a cascotazos. Se trata de imágenes que construyen un sujeto de enunciación inédito en la televisión argentina de la época y que se imponen sobre cualquier otra crónica de esos días. Por otra parte, ni el cine ni la prensa gráfica lograron componer un discurso tan acabado para la construcción de la memoria del Cordobazo.

Entre las imágenes que se han conservado, se pueden ver unos segundos de las transmisiones de esos días donde la cámara ubicada en una de las veredas muestra a los manifestantes que se acercan corriendo de frente y a lo lejos. Entre la cámara y los manifestantes aún queda un gran espacio de la calle desierto hasta unas vallas de metal que se usaban habitualmente para cortar el tránsito. La escena comienza con los manifestantes saltando o evitando las vallas y la cámara haciendo un giro rápido en dirección opuesta

–la derecha de la pantalla– donde la policía montada avanza hacia a los manifestantes. Sin embargo, los caballos se detienen, los soldados con los cascos puestos se cubren las caras con sus manos. Vuelan piedras y los caballos se encabritan mientras dan la media vuelta y retroceden. La cámara vuelve a girar hacia la izquierda y el espacio vacío de la calle ha desaparecido. Ha sido ocupado por los apedreadores que ya se encuentran a unos pasos del camarógrafo.[1]

Estos segundos de narración desde el interior de los enfrentamientos que muestran de izquierda a derecha y de nuevo a izquierda, los avances y retrocesos de ambos bandos dan cuenta de la confusión y la vertiginosidad de los acontecimientos de esos días, así como también de la colocación ambigua y confusa del lugar de enunciación televisivo. En las imágenes que acabamos de describir resulta evidente que el camarógrafo –como es habitual en las transmisiones televisivas de sucesos policiales– se encuentra más cerca de la policía montada aunque, a diferencia de lo que ocurre habitualmente, la cámara no se encuentra protegida *detrás* de la policía o el ejército, sino lateralmente, sin adoptar su punto de vista completamente, lo que permite registrar los avances y retrocesos de ambos bandos. Sin embargo, la última imagen registrada ha dejado al camarógrafo entre los manifestantes que pasan a pocos centímetros de su lente. Los manifestantes suprimieron la distancia e impusieron su propio registro de la escena. Cuando se muestran arrestos, los detenidos suelen mirar a cámara. A veces también lo hacen las "fuerzas del orden". Ninguno intenta aún –en una práctica que sería tan frecuente en la televisión posterior– ocultar su rostro o mostrarse para hacer pública la detención. Son miradas a veces provocadoras, por momentos ingenuas, pero siempre robadas a la escena.[2]

A diferencia del titubeo de las voces de los conductores improvisados en algunos programas de televisión[3] que parecen no recordar bien la letra o que denuncian la planificación de la "naturalidad", el titubeo de las cámaras en las escenas del Cordobazo responde a la sorpresa que produce la ruptura del orden habitual de los acontecimientos. A diferencia de las miradas realistas que proponían los programas mencionados en el capítulo anterior, donde se buscaba la singularidad de la gente común o la representación de tipos sociales a través de historias de la vida cotidiana, el Cordobazo presenta masas en medio de un acontecimiento que resultará histórico. No se trata de la gente común en su vida de todos los días, sino en actitudes y

acontecimientos por demás extraordinarios. Pero al mismo tiempo, todo transcurre en las calles de Córdoba, en medio de bares, fondas y casas que bien podrían haber sido escenarios de ficciones intimistas.

Por otra parte, la oscilación del punto de vista enfrenta a la audiencia a la inestabilidad de los valores en juego: buenos y malos han cambiado sus ropajes pero el enfrentamiento no admite confusiones respecto de la existencia de fracturas. Es imposible unir en *un nosotros* el registro de esas imágenes.[4] Esto resulta más evidente cuando se comparan las escenas del Cordobazo con el modo en que los programas periodísticos del período construyen reiteradamente un "nosotros nacional" que no admite diferencias internas: en *Parlamento 13*, por ejemplo, los conductores se definen como "periodistas pero más que periodistas somos ciudadanos". En un programa de noviembre de 1965 durante un episodio conflictivo en Laguna del Desierto, *Parlamento 13* editorializa sobre el tema de coyuntura pero evita el enfrentamiento directo con Chile.[5] Aun en un acontecimiento inesperado, la televisión evita por todos los medios cualquier toma de posición que no resulte inclusiva para "toda" la audiencia que pretende coincidir con "toda" la nación. Aunque los programas de paneles periodísticos representen diferentes instituciones a través de sus invitados habituales –jueces, comisarios, miembros de la liga de madres de familia, sacerdotes, expertos–, el Cordobazo pone en escena el poder real de instituciones que no tenían una representación habitual en el "nosotros" del periodismo televisivo: militantes, sindicatos, obreros, estudiantes entremezclados. De allí que el Cordobazo resulte tan anómalo: no es que estos actores o el enfrentamiento mismo no se filtrara de otras formas, sino que era posible reubicarlo, algo que la instantaneidad de las imágenes de esos días ya no admitía.

Todas las imágenes descriptas anteriormente fueron tomadas por *Telenoche*, el noticiero de Canal 13 que supo inventar un estilo para tratar las noticias por televisión. Hasta entonces, los noticieros habían seguido dos modelos: transmisión de materiales fílmicos presentados por un locutor que se limitaba a anunciarlos, como en el caso de Canal 7; o el *Reporter Esso*, que si bien había logrado dar una imagen propia a la "información televisiva", seguía un esquema relativamente rígido donde la identidad la establecía el auspiciante condicionando a los presentadores a no ir más allá del comentario pretendidamente "objetivo".[6] *Telenoche* introduce una fórmula novedosa al mezclar en un mismo programa a Tomás Eloy Martínez, que en ese

momento era director de *Primera Plana*, junto a Andrés Percivale, que conducí *Universidad del aire* y a Mónica Mihanovich, una de las actrices del teletatro *Cuatro hombres para Eva*: se trataba de legitimidades diversas que podín convivir, sin embargo, y convertir la noticia en un show informativo qe se deslizaba de la política a la nota de color, de los comentarios en estuio a las imágenes de exteriores, pero donde los presentadores –sus cuerpos, us ropas, sus peinados– tuvieran un contacto muy directo con la audiencia. La permanencia de Mónica Mihanovich –y de su peinado inaltrable– como cara visible del noticiero durante varias décadas pareciera se la prueba palpable de la importancia de ese contacto.[7] En la memoria de la audiencias, Mónica Mihanovich resulta indisociable de la transmisión le la llegada del hombre a la Luna.

Durante el Cordobazo, *Telenoche* envió a Andrés Percivale a la ciudad de Córdoba, donde ya había comenzado a transmitir Sergio Villarruel, un periodista cordobés que en ese momento era desconocido para la audiencia del rsto del país. Según relató Ricardo Warnes, miembro de la producción del notiero entonces:

> Cuando Percivale llega, se desata todo, empiezan los tiros y era ealmente la guerra. Recién al día siguiente los otros canales tuvieon material porque mandaron gente cuando vieron las imágenes uestras. El mismo día que empezaron las versiones de la salida lel ejército, tuvimos material y al día siguiente, teníamos una coertura bárbara. Esas mismas imágenes de *Telenoche* se siguen usanlo en los aniversarios del Cordobazo.[8]

Según otras versiones, el material que emite Canal 13 es, en un primer momento, el producido por Sergio Villarruel –corresponsal del canal en Córcoba– que además realiza la cobertura de las imágenes más comprometidasde esos días y salta, de esta forma, al periodismo nacional convirtiéndose ápidamente en una de las figuras más importantes de la división noticias de Cnal 13.[9]

Como hemos señalado más arriba, los autos volcados e incendiados son una de las imágenes más recurrentes de las transmisiones televisivas del Corcobazo, además de los manifestantes y la represión. De hecho, las concentaciones del 29 de mayo de 1969 estuvieron encabezadas por los obre-

ros de la planta IKA Renault.[10] Las crónicas de esos días insisten en subrayar que la violencia contra los comercios, que los manifestantes destruyen o incendian en distintos puntos de la ciudad, tienen como blanco principal las concesionarias de automóviles y la empresa Xerox.[11] Un testigo entrevistado por el diario *La Nación*, el 30 de mayo de 1969, señala que "en la confitería Oriental introdujeron un automóvil Renault incendiado para quemarla, dejándola toda destrozada".[12] Estos actos no resultaban arbitrarios: la industrialización de la provincia de Córdoba durante los años previos al Cordobazo se había basado principalmente en el desarrollo de la industria automotriz que había radicado sus plantas en el cordón de la ciudad, generando de esa manera, una concentración de obreros –en muchos casos calificados– que junto con los estudiantes (Córdoba congregaba en ese momento a 30.000 universitarios) constituyeron los sujetos centrales del Cordobazo. El programa que había llevado a Arturo Frondizi al poder había ubicado la industria automotriz entre las prioridades del desarrollo en el país. En *El Movimiento Nacional*, éste señala: "El desarrollismo estableció como prioridades el petróleo, la siderurgia, la energía, la química pesada, el aumento de la productividad agropecuaria y la modernización de la infraestructura de transportes. Esto último involucraba, además de un ambicioso plan vial y del redimensionamiento del sistema ferroviario, la construcción de la industria automotriz".[13]

Resulta notable que el principal auspiciante de *Telenoche* fuera la empresa IKA Renault[14] y todo hace suponer que el noticiero incluía imágenes de marca durante sus emisiones habituales. En un fragmento del noticiero, por ejemplo, Mónica Mihanovich y Andrés Percivale realizan una nota sobre educación vial desde el autódromo cuyo fondo está plagado de carteles –publicidad encubierta– de IKA Renault.[15] Las imágenes de las calles de Córdoba inundadas de autos incendiados y concesionarias de autos saqueadas, frente a la nota de color y la ficcionalización de sus conductores con el objetivo de poner en pantalla la imagen de marca, resultan de un contraste brutal y elocuente.

Se trata, por otra parte, de imágenes sin antecedentes en el país. La representación de las masas en la década del cincuenta había quedado muy teñida de la retórica peronista del noticiero fílmico *Sucesos Argentinos*. Las manifestaciones organizadas en apoyo de Perón y Evita o los espectáculos deportivos multitudinarios adoptaron el punto de vista de la celebración de

los actos de Estado: planos generales grandilocuentes, cámaras fijas, montaje con los planos medios de perfil o en contrapicado de los discursos del líder. El referente histórico más aludido en las crónicas del Cordobazo es el de la Revolución Libertadora. No conservamos imágenes televisivas de esos hechos, sin embargo, es probable que ese fuera apenas un referente histórico político y resulta fácil presuponer, en cambio, que el tono de las imágenes del Cordobazo están teñidas de la memoria del Mayo francés. Se trata de imágenes que ya no conmemoran la celebración de un acto de Estado o la magnificación de un líder, sino que describen con urgencia la irrupción de nuevos actores en la escena política y la destrucción de los viejos y reconocibles escenarios e instituciones. La interpretación del Cordobazo como la primera manifestación visible de la subversión urbana en la Argentina realizada por los medios de entonces tiende a ratificar el efecto que producen aquellas imágenes.[16]

La televisión se convierte –por primera vez frente a un acontecimiento semejante– en la principal fuente informativa. La ausencia de información oficial y el bajo impacto que producían los medios gráficos o la radio, contrastan con la potencia de las imágenes televisivas. La renuencia del gobierno nacional a brindar información es destacada en las crónicas que subrayan reiteradamente las dificultades para llevar adelante la labor periodística.[17] El 30 de mayo se relatan los intentos de la Casa de Gobierno por evitar a los periodistas durante el día anterior hasta que, finalmente, fueron atendidos por el Secretario de Difusión y Turismo. Al silencio del Gobierno nacional y la delegación de responsabilidades en el Gobierno provincial, se sumó la inseguridad que producían los canales habituales de información. El Gobierno llega a admitir que el periodismo estaría mejor informado que las autoridades:

> Al preguntársele al titular de esa dependencia si se daría el comunicado, señaló que por su intermedio "no habrá ningún comunicado oficial". Añadió que posiblemente lo daría el gobernador de Córdoba, pero que de ocurrir esa circunstancia *"posiblemente los diarios lo sepan antes que nosotros"*. Explicó también que *las comunicaciones con esa provincia estaban interrumpidas* y que "como medida para lograr un contacto con las autoridades cordobesas dejó en reserva el sistema radioeléctrico del Estado Mayor del Ejér-

cito". Sin embargo –añadió–, por razones de operatividad, ese medio queda condicionado a emergencias, ya que el Ejército lo utiliza para su actual labor específica.[18]

Falta de información

Los funcionarios con quienes conversamos, fundamentalmente en dependencias del Ministerio del Interior, para obtener información acerca de la marcha de los sucesos en Córdoba, manifestaron carecer de noticias directas. "Solamente –se nos dijo– sabemos lo que informan los medios de difusión." Diálogos en similares términos hubo con personal de la Presidencia.[19]

Reconstruir las fuentes informativas de esos días supone considerar la situación caótica de la ciudad, la renuencia del Gobierno nacional a intervenir públicamente sobre los sucesos que, obviamente, no favorecían su imagen, y el funcionamiento habitual de circuitos informativos en situaciones de emergencia. Respecto de los efectos de los enfrentamientos en la ciudad, se destaca un corte en el suministro de energía eléctrica en la noche del 29 de mayo que no sólo dejó a la ciudad a oscuras –"oscuridad apenas quebrada por los fogonazos de las armas de fuego"–[20] sino que, además, las emisoras radiales dejaron de transmitir durante una hora y sólo quedó en el aire "La Voz de la Libertad".[21] La emisora LV2 La Voz de la Libertad, permaneció ocupada durante más de tres horas por un grupo perteneciente a la Coordinadora de Unidades Básicas Revolucionarias del Movimiento Peronista que irradiaron mensajes y proclamas revolucionarias y durante ese lapso denominaron a la radio LV2 La Voz del Pueblo.[22] También se menciona la existencia de una estación clandestina de emisión de radiocomunicaciones[23] todo lo cual indica que las fuentes informativas fueron consideradas de vital importancia y como parte de los espacios de lucha, lo cual también se puso en evidencia en los ataques a las oficinas del diario *Clarín* en Córdoba como parte de los blancos elegidos por los manifestantes.[24]

La ciudad de Córdoba permaneció en toque de queda, con cortes en el suministro de energía eléctrica, con las actividades deportivas y los espectáculos cinematográficos suspendidos, sin actividades en los establecimientos educativos hasta varios días después,[25] absolutamente pendiente de los acontecimientos durante varios días[26] con escasa y demorada información ofi-

cial e intentos de irrupción de fuentes contrainformativas. Esto no quiere decir que no hubiera actividad en los medios, aun en la televisión cordobesa[27], pero en medio de una situación de emergencia como la que se estaba atravesando, las referencias al modo de hacer circular y poner en escena información por parte del Gobierno, resultan arcaicas cuando se las compara con el impacto y la incertidumbre que producen las imágenes televisivas.

Juan Carlos Onganía habla por teléfono con el gobernador de la provincia de Córdoba, Carlos José Caballero. El secretario de Gobierno, doctor Díaz Colodrero, viaja para informarse personalmente de la situación existente y aunque se aguardaba su regreso para la tarde el día 30 de mayo, recién vuelve a la madrugada siguiente en automóvil, ya que había desistido de viajar en avión por las "condiciones climáticas imperantes".[28] El General Alejandro Lanusse viaja a Córdoba el día 30 de mayo y en sus declaraciones destaca el papel jugado por la prensa.[29] Sin embargo, los medios gráficos utilizan recursos que resultan "ingenuos" en este contexto. Así, por ejemplo, el diario *La Nación* publica una nota donde transcribe los testimonios de personas que estuvieron en Córdoba durante el 29 de mayo y que acaban de arribar al aeroparque de la ciudad de Buenos Aires.[30] En las notas posteriores, no se deja de destacar la importancia de las imágenes televisivas para la evaluación de los acontecimientos del Cordobazo.[31] En síntesis, resulta claro que frente al contacto personal, el teléfono, la traslación en automóvil, es decir la utilización de los medios informativos habituales por parte de la prensa y del gobierno, la televisión tuvo una reacción inmediata que proyectó el Cordobazo a nivel nacional en forma instantánea.

En este sentido, la televisación del Cordobazo permite una lectura ambigua: por un lado, le otorga una dimensión nacional a los hechos permitiendo imaginar un efecto multiplicador pero, por otro lado, también mediatiza el acontecimiento en un proceso que afecta directamente su contenido político. En el primer caso, estaríamos confirmando la madurez alcanzada por la televisión y sus audiencias. La televisión necesita mostrar más que otros medios para que el público permanezca frente a la pantalla, y las audiencias habrían podido finalmente "usar" la televisión y desviar su función para propósitos no previstos.[32] En el segundo caso, estaríamos acentuando la capacidad de sus imágenes para producir contacto con el público, para "hablarles al corazón". Las interpretaciones "instrumentales" de la televisión estaban a la orden del día en 1969: desde quienes soñaban con la

posibilidad de que cambiando los dueños de la televisión podría convertirse en un medio revolucionario, hasta la idea de convertirla en un medio educativo, dejaban de lado lo que hoy resulta más evidente y es que en ese proceso se alteró completamente la política misma tanto como la posibilidad de pensar a su público como una masa.[33]

A través de la televisión, que había expandido su área de cobertura sistemáticamente a lo largo de la década, se podía palpar el poder del Movimiento obrero en Córdoba, desde Buenos Aires, Rosario, Tucumán o Mar del Plata. Los mismos lugares a donde decía llegar *El club del clan* a comienzos de la década, preguntándose si los jóvenes del interior estaban preparados para la "nueva ola". De cualquier manera, el acontecimiento televisivo del año ocurriría menos de dos meses más tarde: la llegada del hombre a la Luna el 20 de julio de 1969.

La humanidad vio al primer hombre pisar la Luna

El alunizaje se convirtió en el programa más visto de la historia de la televisión hasta la fecha[34] y difícilmente se pueda considerar este acontecimiento histórico en toda su magnitud con prescindencia de su transmisión televisiva mundial. La llegada del hombre a la Luna, con una audiencia estimada en 1.000 millones de personas, fue indudablemente un acontecimiento televisivo. La minuciosa planificación de las transmisiones por parte de la NASA y la necesidad de montar un gran espectáculo hollywoodense a escala global como parte de las estrategias simbólicas desplegadas por el gobierno norteamericano durante la Guerra fría, convirtieron la transmisión en un *show* histórico que dio por ganada la carrera espacial que venían desarrollando Estados Unidos y la Unión Soviética desde el fin de la Segunda Guerra Mundial. Estados Unidos convirtió "la hazaña" –tal como denominaron al hecho los medios de comunicación– en un acontecimiento de "la humanidad" toda, pero con la rúbrica de esa nación. Las primeras imágenes del alunizaje sintetizan bien ese espíritu: el astronauta Neil Armstrong posa su pie sobre la superficie lunar y dice las palabras ensayadas para la posteridad: "Un pequeño paso para un hombre y un gran paso para la humanidad", poco antes de colocar la bandera norteamericana de manera que siempre quede visible para la cámara de televisión.[35]

La televisación fue planificada hasta en sus mínimos detalles, al punto de organizar cronogramas que resultaban coherentes con el relato de ciencia ficción en que se había convertido la carrera espacial. En verdad, la transmisión del alunizaje no fue más que la culminación de un relato que había comenzado mucho tiempo antes, donde dos potencias antagónicas disputaban por metas cada vez más ambiciosas. En efecto, la carrera espacial cobró la forma de la conquista de una nueva frontera: acorde a la construcción de su relato fundacional, Estados Unidos encontró en el espacio nuevos territorios para la colonización. Lynn Spigel (1997) relaciona esta expansión con un proceso sociológico contemporáneo conocido como *"white flight"* que cobraría nuevos sentidos con la llegada del hombre a la Luna. Con esa expresión se hacía referencia a las migraciones internas producidas durante la década del cincuenta, cuando los blancos decidieron alejarse de los problemas de la América urbana para crear en los suburbios comunidades completamente blancas. Pero en los años sesenta, cuando los derechos civiles comenzaron a presionar para la integración en los suburbios, los blancos habrían encontrado una nueva frontera: un lugar adonde ningún hombre o mujer de cualquier color había llegado antes y, si la NASA ayudaba, nunca llegaría. La suburbanización y la reconfiguración de las relaciones entre lo público y lo privado, tal como ha señalado Raymond Williams (1992), es un elemento central para comprender la expansión de la televisión durante la década del cincuenta en la cultura norteamericana.[36] La "familia televisiva norteamericana" fue, fundamentalmente, una familia suburbana que ahora se estaba trasladando al espacio. *Los supersónicos* (*The Jetsons*) serían el mejor ejemplo de esta mudanza de los tiempos: una familia como todas, pero en la futura ciudad espacial.

La fantasía colonialista que Spigel llama *"white flight"* se producía en dos niveles: por un lado la exhibición de las estrategias de la Guerra fría desplegadas por el gobierno para contener el comunismo fuera del territorio. Por otro lado, en el nivel de la vida cotidiana donde tomó la forma del sueño de los Supersónicos: expandir los suburbios blancos y su familia consumista de clase media hacia el espacio exterior. En cualquier caso, Spigel encuentra profundas continuidades entre la transmisión de la llegada del hombre a la Luna y la historia norteamericana previa. Destaca también el hecho de que todas las coberturas televisivas de viajes espacia-

les durante los años anteriores habían gozado de un *rating* muy importante que la misión de la Apolo 11 no hizo más que coronar majestuosamente.

De manera que la llegada del hombre a la Luna, si bien excepcional, no se trató de un hecho aislado sino que puede leerse en continuidad con la historia de más de un siglo e, inclusive, como parte de una secuencia narrativa a lo largo de los acontecimientos televisivos de la década anterior.[37] En el mismo sentido, Dayan y Katz (1992) interpretan el alunizaje como un acontecimiento televisivo espectacular que concentra características complejas diferentes a las fórmulas de la Conquista, las Competiciones y las Coronaciones.

Mientras la Conquista es la retransmisión en directo de "pasos gigantescos para la humanidad", acontecimientos infrecuentes, tanto en su acontecer como en su eficacia que están protagonizados por héroes que hacen retroceder fronteras, las Competiciones serían combates de campeones librados según unas normas cuyo ámbito es el deporte y la política. Las Coronaciones, en cambio, son despliegues ceremoniales que escenifican la autoridad tradicional y tienden a confirmar la legitimidad política.

El alunizaje, si bien se presentó como una Conquista, reunió de acuerdo a estos autores, características entrelazadas de los tres tipos de acontecimientos que Vladimir Propp o Bruno Bettelheim analizaron en las secuencias de los cuentos de hadas:

> Empezaron como una Competición entre Estados Unidos y la Unión Soviética cuando se lanzó el primer Sputnik al espacio. Al cabo de diez años, según lo anunciado, llegó la conquista americana de la Luna. Finalmente (aunque previsto con mucha antelación) los héroes astronautas fueron coronados y recoronados por la sociedad y los medios.[38]

La conquista del espacio permite confirmar simbólicamente la supremacía norteamericana sobre la Unión Soviética en la competencia que ambas potencias habían entablado desde fines de la Segunda Guerra, algo que había estado en duda durante todas las etapas anteriores:

> Lo cierto es que en la Luna no habrá fronteras, ni cortinas de hierro, ni barreras ideológicas. Y cuando llegue el momento de su

> conquista (por ahora no es más que exploración y apenas en sus comienzos) será *una conquista sin conquistadores.*[39]

Como en las historias de invasiones extraterrestres, Estados Unidos asume la representación del planeta:[40] hunde su bandera en suelo selenita, posa un pie norteamericano para dar "el gran paso de la humanidad" y para felicitar a los héroes, Nixon telefonea a la Luna desde la Casa Blanca.[41] La victoria le permite, inclusive, a Estados Unidos tener gestos de magnificencia y se anuncia que los astronautas "depositarían en la superficie lunar las medallas concedidas a dos cosmonautas soviéticos muertos en 'servicio espacial'".[42] El presidente norteamericano también proclama el lunes 21 de julio "día de la participación nacional" y dispone que sea feriado en la administración pública, al mismo tiempo que encomienda a los Estados, gobiernos locales, escuelas y al sector privado a que hagan lo mismo "para que la mayor proporción de nuestros ciudadanos puedan vivir los memorables acontecimientos de ese día".[43] Como señala una nota de la revista *Análisis*:

> Cuando el presidente Nixon designó al 21 de julio de 1969 "Día de la Participación Nacional" (para que todo el mundo pudiera ver el alunizaje por sus televisores) los comentaristas asumieron que no había hecho más que satisfacer una urgente necesidad colectiva. La aventura paralela encarada por los soviéticos con una nave espacial no tripulada con destino lunar, había llevado a millones de norteamericanos a un nivel de ansiedad que bordeaba la histeria.[44]

Si bien este tratamiento del acontecimiento por parte del gobierno norteamericano supone la celebración de un gran ritual nacional, la construcción de una identidad nacional, también exige la diferenciación de un otro.[45] La llegada del hombre a la Luna fue, en este sentido, un punto de inflexión ya que se construyó sobre la base de esa competencia desplegada como principio constructivo de la Guerra fría, pero al mismo tiempo la dio por finalizada.

Durante la televisación del acontecimiento, sin embargo, la amenaza –aunque atenuada– debe estar presente ya que el dramatismo del relato es

mayor cuando los contendientes son poderosos y no se rinden con facilidad. De hecho, en varias oportunidades –particularmente durante la misión del Sputnik– la URSS había demostrado que podía ganar la contienda. Y hasta último momento, la disputa se mantuvo viva a través de la amenaza que suponía el Satélite Luna 15 (que la Unión Soviética había lanzado para la misma fecha) para la misión de la Apolo 11. Los titulares de esos días dan cuenta del misterio que rodea las acciones soviéticas en comparación con la "transparencia" y la "nitidez" de las transmisiones norteamericanas: "Luna 15: sigue en el misterio. Ocurren cosas extrañas, sostiene Lovell"[46]; "La sonda rusa vuela a ras de la Luna. En su nueva órbita pasa a sólo 16.000 m del suelo selenita. Persiste el misterio"[47]; "La presencia de la sonda rusa no interferirá a la Apolo 11"[48], "Luna 15: sigue en órbita. Cambios misteriosos. Habría depositado instrumentos en la Luna."[49]

La falta de transparencia informativa formó parte de esa construcción del comunismo realizada por Estados Unidos, aunque también circulaban rumores acerca del temor soviético a la difusión de los acontecimientos espaciales que pudieran finalizar en estruendosos fracasos. Dayan y Katz, en cambio, entienden que las diferencias en el tratamiento televisivo que Estados Unidos y la Unión Soviética hicieron de la carrera espacial, se relaciona con las diferencias entre los regímenes políticos:

> Se desprende que la forma narrativa en que se argumenta un acontecimiento lleva su propio mensaje latente: legal, tradicional o carismático. Es obvio que esas formas deben armonizar con los acontecimientos que celebran. [...] A veces, como en el caso de las empresas espaciales, un tipo de acontecimiento que era esencialmente el mismo fue argumentado como Conquista por los norteamericanos, que retransmitían el lanzamiento y como Coronación por los soviéticos, que transmitían la bienvenida de los astronautas a su regreso, reflejándonos ahí una diferencia de "aperturismo" de los dos regímenes.[50]

La televisación del momento de la Conquista resultaba indispensable para la construcción simbólica del acontecimiento no sólo a nivel nacional, sino también a nivel mundial. De allí que cada detalle de la transmisión fuera minuciosamente planificada por el gobierno norteamericano y los astro-

nautas confirmaran a cada paso la fidelidad de las imágenes que llegaban a la Tierra,[51] de manera que la incertidumbre quedara reducida a su expresión dramática (¿podrán hacerlo?). Desde las primeras imágenes transmitidas durante el viaje, se presenta la televisación como el eje de la construcción del acontecimiento:

> Las primeras imágenes mostraron sólo el Océano Pacífico con tonalidades que oscilaban entre el azul y el verde.
> –Oye, Houston –manifestó en ese momento Aldrin– ¿no podrían hacer girar un poco la Tierra para que podamos mostrar algo más que agua?
> –Roger 11... No creo que tengamos mucho control sobre eso. Parece que tendrán que contentarse con agua –contestó el control.[52]

Los diálogos entre los astronautas y "la Tierra" también dan cuenta de la importancia atribuida a la televisación dentro de las acciones de la misión, como en el momento culminante en que los astronautas descienden al suelo lunar y ubican las cámaras de TV:

> Houston: ¿Puedes corroborar la apertura del objetivo de la cámara?
> Armstrong: Estoy controlando cada paso, por eso subí de nuevo otro escalón.
> ...
> Aldrin: OK. Me voy a preparar para traer abajo la otra cámara. No puedo ver con mucha precisión. Es bastante oscuro acá.
> ...
> Houston: El oxígeno es de 81%. ¿De acuerdo, Neil?
> Armstrong: Sí. ¿Están recibiendo las imágenes por televisión?
> Houston: Sí, las recibimos perfectamente.
> Son ahora las 11 horas, 15 minutos. Los dos astronautas siguen caminando por la superficie lunar. Aldrin tiene que tomar un trípode de un costado del módulo y alejarse unos 20 metros del lugar.
> ...
> Neil Armstrong se mueve para llevar la cámara a otro lugar, desde donde se podrá ver una vista más panorámica.

...
Los astronautas hacen nuevas tomas. La temperatura de la cámara es extremadamente fría.
Armstrong a Aldrin: Muévete unos 4 ó 5 grados hacia la izquierda. Luces muy bien.
Aldrin: ¿Quieres que esté más lejos o más cerca?
Armstrong: Se te ve muy bien. Ésta es la primera fotografía panorámica. Tenemos una hermosa fotografía. ¿Cómo se ve en la Tierra?
Houston: Se ve muy bien. Adelante.
Armstrong: Este es el Sur y a la izquierda puede haber una pequeña roca. A diez pies de esa roca hay todavía una más grande. Vemos ahora un cráter prolongado. Se te sigue viendo muy bien, Aldrin...[53]

En el diálogo se destaca una gran familiaridad entre los participantes que a su vez consideran permanentemente la presencia de la audiencia. Armstrong parece estar siempre pendiente de su imagen de camarógrafo/showman dentro del grupo.[54] Como contrapartida, la audiencia tiene el raro privilegio de compartir su condición con *todos* los demás humanos. Desde Nixon, hasta los familiares de los astronautas, pasando por los profesionales que trabajaban en los controles desde Houston, *todos* estaban viendo el alunizaje por televisión. Salvo Armstrong y Collins, los héroes, todos los demás humanos de cualquier condición quedaban hermanados en su condición de receptores de las imágenes televisivas. De hecho, Collins señalaría que él fue el único que no pudo verlo.

La transmisión televisiva argentina de la llegada del hombre a la Luna también fue anunciada como un acontecimiento histórico sin precedentes del que la Argentina iba a poder participar gracias a la reciente instalación de la Estación Terrena de Comunicaciones vía Satélite, en Balcarce, Provincia de Buenos Aires, a cargo de ENTEL (Empresa Nacional de Telecomunicaciones). Si bien el satélite se había probado en otras oportunidades, la transmisión de la misión Apolo XI fue utilizada como "inauguración oficial" de la estación de Balcarce. De manera que ambos acontecimientos quedaron asociados como parte de los logros técnicos que la década desplegaba, donde los satélites y el espacio ocuparon un lugar preponderante. Esa

estación, que permitió retransmitir las imágenes televisivas a todo el país y también a Uruguay, había sido creada en virtud del convenio INTELSAT (International Telecomunications Satellite Consortium), que agrupaba a 68 países. Las transmisiones estuvieron a cargo de un grupo estatal norteamericano, COMSAT (Communication Satellite Corporation) que explotaba las comunicaciones por satélite y tomaba las decisiones sobre la transmisión a nivel mundial. El satélite INTELSAT II, ubicado sobre el Océano Pacífico y el INTELSAT III sobre el Atlántico, fueron utilizados para la difusión global de las transmisiones originadas en el Apolo XI. Las emisiones para América Latina se realizaron a través del INTELSAT II, lo que requirió la cancelación de los circuitos telefónicos regulares, información que obviamente no fue destacada en medio del entusiasmo contemporáneo.

Esta dependencia del satélite norteamericano implicó que la Argentina no pudiera ver el lanzamiento de la Apolo XI el miércoles 16 de julio, como consecuencia de una decisión de la NASA que había necesitado contar con una gran cantidad de canales en el Satélite INTELSAT II para el control del vehículo lunar y también sacrificó la transmisión de las imágenes del lanzamiento a Chile, Brasil y Uruguay entre otros países de América Latina. Unos días antes había ocurrido un hecho similar cuando la estación ETAM de Virginia, EE.UU. no pudo realizar las transmisiones experimentales a la Argentina debido a que España e Italia no habían liberado los canales telefónicos en el INTELSAT II. La descripción que realiza la revista *Primera Plana* de esta frustrada televisación ironiza sobre la asimetría sufrida por la Argentina en lo que respecta a las transmisiones:

> En Buenos Aires, un canal de televisión estiró su contacto con el público a lo largo de toda la noche del martes 15 y la madrugada del 16, un hecho sin precedentes. Aguardaba las imágenes directas del lanzamiento; la frustración posterior no logró disminuir el alcance de esa primicia. Diarios, revistas, radios, compitieron hasta consigo mismos para estar en cada sitio protagónico.
>
> El detalle disimuló la deserción de INTELSAT II, que debía transmitir en directo a Sudamérica, reemplazando al averiado INTELSAT III; acaparado por la NASA, se abstuvo de enviar a la Estación Terrena de Comunicaciones vía Satélite –en Balcarce, provincia de Buenos Aires– las imágenes del lanzamiento. [...]

> En París, mientras tanto, una sala con capacidad para 3.300 espectadores y pantalla gigante esperaba el film en colores; en USA, los indios navajos desestimaban la hazaña y la correspondiente admonición del Presidente Nixon de convertir el lunes 21 en fiesta nacional: "Nuestros antepasados –juró un vocero de la tribu– estuvieron en la Luna hace siglos".[55]

La Argentina había sido excluida de un espectáculo visto por 528 millones de personas en el mundo.[56] Desde el Presidente Nixon hasta un niño asiático habían compartido las imágenes y, si los indios navajos no lo hicieron fue, en todo caso, porque así lo decidieron con desdén. Sin mencionar la espectacularidad de la recepción parisina en grandes salas con proyección en colores. La Argentina, en cambio, ni siquiera podía tomar sus propias decisiones, de allí la frustración evidente después de tantos anuncios y preparativos:

> Fue enorme la decepción de miles de televidentes de Argentina y Uruguay, que se vieron privados a último momento, de la proyección en pantalla de los detalles vinculados con el lanzamiento de la Apolo XI. Se habían adoptado todas las previsiones del caso, pero la NASA, a través de COMSAT, hizo saber la imposibilidadad de utilizar el satélite INTELSAT II. La expectativa aquí y en el vecino país era excepcional.[57]

Finalmente, la primera transmisión en directo se pudo realizar el 17 de julio a las 19 horas para mostrar la actividad en la mesa de control de Cabo Kennedy y una difusa imagen de la Tierra captada desde la nave espacial. Sin embargo, el 20 de julio, ENTEL advertía que no se iban a poder transmitir todos los eventos porque no querían interrumpir la construcción de la Estación Balcarce que, evidentemente, había sido puesta en funcionamiento apresuradamente a causa de la llegada del hombre a la Luna. Según ENTEL, la empresa constructora tenía un plazo para entregar las obras y debían continuar los trabajos sin dilación, de manera que luego del alunizaje no se recibiría ninguna otra transmisión hasta el día 24 en que se produciría el "amerizaje".[58]

Frente a la planificación extrema y la perfección alcanzada por las transmisiones norteamericanas, la televisión argentina parecía sumida en la incer-

tidumbre, la imprevisibilidad y la precariedad. De manera que los reiterados anuncios confirmando las transmisiones del momento del alunizaje no hacen más que poner en evidencia las dudas sobre su efectividad.[59] Sin embargo, finalmente, la televisación de la noche del domingo se realiza sin dificultades y la Argentina puede participar del gran ritual global. Al día siguiente, los medios gráficos destacaron el papel jugado por la estación ubicada en Balcarce. La revista *Panorama*, por ejemplo, señala que las transmisiones habían sido posibles gracias a "un gigantesco artefacto montado sobre la Pampa Bonaerense de Balcarce que permitirá ver a la Argentina entrar en una fantástica etapa de las comunicaciones internacionales".[60] Es decir que los méritos de la transmisión deben ser adjudicados a la Argentina, mientras que debe ser claramente deslindada la responsabilidad producida por la decepción anterior:

> Las imágenes fueron percibidas con total claridad gracias a que las autoridades y técnicos de ENTEL tenían todo listo en la estación terrena de Balcarce para recibir sin fallas la transmisión de INTELSAT II sobre el fantástico viaje lunar. De no haber mediado problemas ajenos a su competencia, también el emocionante momento de la partida desde Cabo Kennedy hubiera sido contemplado en la Argentina.[61]

El tono castrense de las expresiones del ingeniero Mayor Obdulio Sifredi ubican el hecho en el contexto político nacional: "esto ya no es alegría, esto es satisfacción del deber cumplido",[62] señala. Sin embargo, Onganía –que había visto las imágenes por televisión desde la residencia presidencial– emite un comunicado que en un tono similar saluda el hecho en tanto símbolo de confraternidad Humana, poniendo en evidencia que la Argentina, en tanto nación, no tiene nada para celebrar. La llegada del hombre a la Luna disuelve al país en el ritual mundial norteamericano y si logra diferenciarse es sólo para señalar su dependencia técnico-económica.[63]

Por otra parte, a pesar de los comentarios recogidos por los medios "el día después", los fragmentos de la transmisión que hemos podido ver,[64] muestran que la calidad de las imágenes y del sonido emitidos en la Argentina distaban mucho de la "nitidez y claridad" elogiados por los medios gráficos.[65] Los movimientos de los astronautas en la superficie lunar eran apenas perceptibles. Las siluetas de Armstrong y Aldrin se veían difusamente, sin

contornos. Si a esto se suman los largos minutos de silencio durante la transmisión desde la Luna, resulta claro que el "show" no logró un ritmo que permitiera calificarlo de tal. Cuando se rompe el silencio, el audio reproduce una voz en inglés emitida desde la NASA que no se escucha con mucha precisión y que se superpone con otra voz en *off*, desde el estudio argentino, que dobla al locutor norteamericano. La dificultad para la audición y el empaste producido por la superposición de voces en dos idiomas, además de la presencia de numerosos ruidos, resultan elementos importantes si tenemos en cuenta que las imágenes por sí solas no se dejaban interpretar con facilidad. A veces se introducen comentarios como "el ruido es el cierre de la caja de metal" que funcionan como mero anclaje de las imágenes, e inclusive de los sonidos, de la transmisión original.

La necesidad de traducción y las dificultades que supone esta tarea en semejantes condiciones –desde el estudio, disponiendo de las mismas imágenes y audio con las que cuenta la audiencia– condensan el modo en que la cobertura argentina resultaba subsidiaria de las transmisiones norteamericanas. Durante el "amerizaje", el 24 de julio, se interrumpe un parlamento del periodista que realizaba la emisión en español porque comienza el Himno de la Marina norteamericana. Unos minutos después, frente a la imagen de un helicóptero que levanta a un astronauta, la voz de Horacio de Dios desde el estudio porteño, señala: "Nos imaginamos que debe ser Collins". El periodista cuenta, evidentemente, con la misma borrosa imagen que la audiencia y lo único que le resta por hacer es apelar a la imaginación.

Mónica Cahen D'Anvers, que había sido enviada a cubrir el acontecimiento a Cabo Kennedy, agrega una perspectiva útil para la reconstrucción de esas emisiones:

> La televisación en directo fue un poco sí y otro no. No existían los satélites, trabajamos con unas cosas espantosas que se llamaban auricones y trabajábamos con cine 35 milímetros. Se revelaba, se compaginaba. Nosotros tuvimos (porque ahí se inauguró Balcarce), la llegada a la Luna por Estados Unidos a través de Balcarce, pero una cosita así, yo no pude transmitir ni un pie, ni una palabra, ni un minuto, vino directamente Armstrong con *"First man put..."* punto, lo único que tuvimos por satélite. Todo lo demás que hice lo mandé por avión. Llegaban dos días después, obviamente.[66]

La "cobertura nacional" del acontecimiento no gozó de los beneficios de la transmisión satelital tan promocionados y la confrontación entre la prepotencia de la emisión norteamericana y la precariedad de la cobertura argentina es el rasgo destacable. En la presentación a un programa sobre "La llegada del hombre a la Luna", Mónica Cahen D'Anvers subraya la asimetría de la producción argentina cuyo equipo consistía en dos personas (ella y su camarógrafo) en comparación con el despliegue periodístico realizado por los medios de los demás países que enviaban quince o veinte personas, y el modo en que realizaba las entrevistas a personajes de renombre mundial como Werner Von Braun sosteniendo la luz con una mano y el micrófono con la otra.[67]

De cualquier manera, en la Argentina "el viaje a la Luna sirvió de excusa para que la televisión efectuase la máxima de las inversiones individuales: unos 57 millones de pesos entre los canales de Buenos Aires (menos el 7 que negó informes) y el Canal 2 de La Plata. Si bien los canales invirtieron una suma de dinero importante, se estimaba en ese momento que la publicidad devolvería el 85% de lo invertido ya que el programa espacial y televisivo Apolo XI resultó ser el mejor programa de los 18 años de historia local del medio hasta ese momento" (Arias-Liut, 2000). Según la revista *Confirmado*, "hubo 92,6% de aparatos encendidos en el área de la Capital Federal y zonas aledañas, un record absoluto, casi imposible de batir"[68] para una transmisión que empezó el domingo 20 por la tarde y finalizó entrada la madrugada del lunes 21 de julio.

En cuanto a las coberturas realizadas por los canales televisivos, la de Canal 7 fue financiada por el Banco Municipal, la de Canal 9 por los cigarrillos Jockey Club, la de Canal 11 por Coca Cola, General Motors, Pan American y Esso. Teleonce emitió flashes diarios de tres minutos cada uno, entre el 7 y el 16 de julio para mostrar y comentar todos los detalles sobre los preparativos del viaje espacial. Había enviado a Roberto Orione a Houston desde donde también transmitía el norteamericano Kevin Corrigan. En cuanto a Canal 13, que envió a Estados Unidos a Mónica Mihanovich y al camarógrafo Federico Tenore, tuvo un momento destacado: la traducción que hizo Emilio Stevanovich del diálogo entre Armstrong-Aldrin y la Tierra.[69]

De acuerdo con la revista *Confirmado*,[70] ese canal –Horacio de Dios, Leo Gleizer, Andrés Percivale, Norberto Longo, Julio Lagos, Emilio Stevanovich y Mónica Mihanovich– "fue el que más cursilería derramó en torno al suceso; también, el que menos datos concretos aportó a los espec-

tadores". De esta manera, la revista responsabiliza a ese equipo de "temerarias" afirmaciones que "hubieran costado más de un aplazo en el sexto grado de la escuela primaria". Entre las equivocaciones se encuentran afirmaciones de que "se trataba de un viaje interplanetario", que el vehículo estaba próximo a aterrizar y que fuertes vientos azotaban la Luna. Leo Gleizer, por su parte, dedicó la mayor parte de la transmisión a hacer partícipe a la audiencia de sus sentimientos frente a lo que podría sucederles a los héroes espaciales. El resultado en la competencia por el *rating* lunar fue que el mayor porcentaje de audiencia eligió Canal 11 (30%), el segundo puesto fue para el 9 (25%), el siguiente para el 13 (20%) y un indefinido cuarto puesto a repartir entre el 2 y el 7.

Todos somos receptores: el último gran ritual

Los astronautas fueron elevados al rango de conquistadores que demarcaron una nueva frontera para la humanidad. De manera que no resulta casual que la comparación más utilizada en esos días fuera la llegada de Colón a América. Si Cristóbal Colón o Hernán Cortés fueron adelantados que pudieron ver un mundo vedado a los ojos de sus contemporáneos europeos, y tuvieron la necesidad –y la dificultad– de describir el "nuevo mundo" a través de sus diarios de viaje, los astronautas empuñaron la cámara de televisión como vanguardia de su expedición. En ambos casos, además, el descubrimiento supuso la creación de un punto de vista: Europa ya no sería la misma, una vez puesta en la perspectiva de la existencia de otras tierras –y otra cultura– detrás de los mares, y la Tierra comenzó a adquirir otras proporciones desde que fuera fotografiada y televisada desde el espacio. La diferencia es que mientras América suponía un "descubrimiento", la Luna siempre fue un objeto para la observación y la curiosidad humanas, de manera que estas imágenes significaban la inversión perfecta de la mirada. Y la mirada del hombre desde la Luna hacia la Tierra, convirtió a esta última en un globo, con una unidad sin precedentes. Los comentarios interesados en la desaparición de las fronteras nacionales, adquieren un sentido diferente al ponerlos en correlación con las imágenes del "globo terrestre".

La transmisión vía satélite sumó la posibilidad de recepción simultánea de este nuevo punto de vista. Pero además, si la asimetría entre la emi-

sión y la recepción siempre fue una característica definitoria de la televisión –pocos emisores para muchos receptores– el alunizaje tensó esta situación hasta el extremo. Sólo dos astronautas transmitiendo desde la Luna, frente al resto de la humanidad que los miraba por televisión. Se trató, en definitiva, de un acontecimiento que *sólo* podía ser visto por televisión. Ya no quedaban las opciones de las transmisiones deportivas –"ir a la cancha o verlo por la tele"– y, por otra parte, esto "igualaba" a la audiencia en su relación con el acontecimiento histórico. Si la Apolo XI o los satélites tenían la marca ineludible de los Estados Unidos –aunque ya hemos señalado que la desigualdad de acceso a las imágenes fuera evidente desde la Argentina– en la recepción, Nixon y Onganía, los Smith o los Gonzáles, todos resultaban igualados, confraternizados y parte de la gran familia humana.

Lynn Spigel analiza la cobertura realizada por la televisión norteamericana y observa que, además de los perfiles familiares de los astronautas, los programas abundan en entrevistas a familias americanas ordinarias. Los periodistas de la NBC, por ejemplo, entrevistaron familias que acampaban en la autopista esperando para ver el despegue. Spigel señala que cuando un periodista le preguntó a alguien si alguna vez había experimentado algo tan excitante, un hombre relacionó este día con su boda.[71] Charles Kuralt, un periodista famoso por sus programas *"on the road"* viajó a través del país para describir lo que hacían los americanos en ese histórico día. Spigel señala:

> Vida familiar es lo que más comúnmente han hecho los americanos el 20 de julio de 1969 y el documental mostró la multitud de estilos de vida familiares a lo largo de los cincuenta estados. El programa, de hecho, se volvió autorreflexivo sobre el hecho de que la mayor parte de esas familias no estaban terriblemente interesadas en las noticias de la cobertura de la Apolo XI. [...] Comentando cuán aburrido resultaba el Alunizaje, un hombre dice: "Tenías un montón de suspenso para ver cuándo llegaban allí... y después es una gran nada". Presumiblemente, los productores de este especial de la NBC pensaron que se podría hacer algo con esta "gran nada", transformando el evento público del Alunizaje en un documento de la vida familiar. Como este caso ilustra, la agenda públi-

> ca de la nación estaba íntimamente conectada y comunicada a través del mundo privado de la vida familiar.[72]

Los medios gráficos argentinos también subrayaron este aspecto. La revista *Gente*, en particular, en su editorial, titulado "Detrás de la escena", señala:

> En este caso todos debemos ser periodistas, porque todos debemos ser testigos del hecho. La maravillosa transmisión en directo obliga a interpretar, opinar, emocionarse, filosofar, augurar, etc. Por ello –repetimos–, todos fuimos testigos y podemos ejercitarnos como periodistas.[73]

Y después de anunciar una próxima nota sobre "la forma de vida de los astronautas" anuncia que:

> Esta noche toda la actividad a la que estamos invitados los periodistas es observar el descenso desde algún sitio de la NASA. No me convence. Me parece frío para el espíritu de GENTE, así que dispusimos con Carreño meternos en una casa particular de aquí y hacer la nota de y con la familia.[74]

La nota muestra "una típica casa de Houston, en Texas" a donde llegaron amigos y parientes "como en los días de Navidad". En Buenos Aires, en cambio, la misma revista muestra "una multitud reunida en la esquina de Corrientes y Carlos Pellegrini para ver por televisión la llegada" en la vidriera del Trust Joyero Relojero. La foto parece una ampliación de las primeras transmisiones televisivas donde había pequeños grupos frente a las vidrieras de electrodomésticos. Aquí la multitud congregada es enorme y, de hecho, parece imposible que pudieran llegar a ver, ya no las borrosas imágenes desde la Luna, sino inclusive los televisores. Como en la casa de la típica familia norteamericana a donde llegaban amigos y parientes, la gente necesitó congregarse, convertir el acontecimiento en un ritual. Otra de las fotos muestra el interior de una cantina del barrio de la Boca donde "tuvieron encendido un televisor toda la noche para los parroquianos". Los interiores se reservaron para el general Onganía y su esposa desde la quinta presidencial de Olivos y para la casa de Jorge Luis

Borges y su mujer. El Reverendo Héctor Grandinetti, en cambio, recibió a la revista sentado frente al tablero de la escuela de televisión de la Universidad del Salvador.[75]

Los testimonios recogidos pertenecen a personalidades de la cultura que declaran unánimemente su asombro y alegría frente a la potencialidad de la inteligencia humana que hizo posible semejante logro de la ciencia y la técnica, pero también la emoción frente a la audacia que significaba tamaña aventura. En todos los casos se insiste en el modo en que este hecho puso de relieve la condición humana: "Me sentí protagonista del hecho. Fue como si todos los hombres del mundo hubiésemos llegado a la Luna".[76]

Y también la condición de "contemporáneo". Así por ejemplo, el escritor Joaquín González Bas señala:

> Agradecí al destino el privilegio de ser contemporáneo del hecho más importante en la historia del mundo y le di un abrazo a mi hijo para celebrar nuestra entrada juntos en la Era Lunar.[77]

Sin embargo, algunas –pocas– voces recuerdan "los centenares de millones de dólares que se invirtieron para coronar esta hazaña, y que hubieran servido para mitigar el hambre de millones de seres"[78]. La actriz Cipe Lincovsky también introduce una nota disonante en la celebración, cuando dice:

> Instalada frente al televisor, me pareció ver una película de ciencia-ficción, más que vivir una realidad, porque no podía entender de ninguna manera que se pudiera televisar tan nítidamente desde la Luna (700.000 kilómetros), cuando yo desde mi casa, pleno Villa Crespo, no he podido captar todavía el Canal 2 de La Plata.[79]

En las entrevistas que formaron parte de nuestro corpus, la llegada del hombre a la Luna ocupa un lugar privilegiado entre los recuerdos televisivos. Varios testimonios insisten en la imbricación necesaria entre el acontecimiento y su televisación: "Lo vi por televisión, todo el mundo lo vio por televisión. El que no tenía se reunía con otro para verlo". "Si hubo algo que me conmovió relacionado con este medio, fue la llegada del hombre a la Luna, me resultó fascinante".

Un entrevistado que en otro lugar había dicho "de la Revolución del 55 me enteré por la radio, porque en la radio siempre que uno la enciende hay noticias", agrega:

> La llegada del hombre a la Luna la seguí por TV, no por radio. [...] Si no tenías TV lo ibas a ver a la casa de alguien. Parecía que vos estuvieras allí, y todo tenía una mayor emotividad, recuerdo perfectamente cuando los astronautas clavaron la bandera, y la emoción de ellos. [...] Si ese hecho hubiera sucedido sin estar la TV, creo que no hubiera sido tan impactante y completo. La imagen fue grandiosa. Yo lo vi cuando lanzaron el cohete a la Luna, y pensar que yo lo vi y llevaba gente dentro. Influyó muchísimo la imagen, pero con palabras te lo dicen pero no te parece tan creíble como cuando lo ves como cuando lo estás viendo vos.

En varias entrevistas, estos recuerdos se presentan relacionados y en oposición con las imágenes del asesinato de Kennedy:

> La primera vez que me sentí paralizada por una noticia fue en 1963, cuando interrumpieron un programa para informar que habían asesinado al presidente norteamericano John Kennedy en Dallas, Texas. Sé en el lugar exacto de mi casa donde estaba parada cuando escuché la noticia. En este orden de "impactos", recuerdo otro de los primeros sucesos que por su magnitud y dimensión, conmocionaron al mundo entero: cuando el primer hombre puso sus pies en la Luna el 21 de julio de 1969. [...] Fue la primera vez que el mundo entero recibió una noticia televisada en simultáneo.

Sin embargo, lo que se destaca respecto del asesinato de Kennedy es lo sorpresivo del hecho. Un entrevistado relaciona ambos acontecimientos por el lugar particular que ocuparon en la programación televisiva:

> Bueno, los noticieros siempre fueron una cosa que uno vio con interés, ya sabía sus horas y los veía. Y después también pasaban... las interrupciones, las interrupciones... las emisoras para dar las noticias más importantes. Después cosas que me gustaron... cuan-

> do fue el viaje a la Luna, que nadie se lo perdió, la muerte de Kennedy, todo eso fue de mucha, mucha atracción para mí.

La interrupción del flujo televisivo es lo que efectivamente transformó a ambos hechos en acontecimientos televisivos. En la comparación con el asesinato de Kennedy se opone la sorpresa que produjo la interrupción de la cotidianidad y la ritualidad televisiva, a las expectativas generadas por la planificación de la transmisión de la llegada del hombre a la Luna. Por supuesto, la expectativa también tuvo como consecuencia la decepción, en algunos casos:

> Yo tenía más expectativas, creía que iban a mostrar más cosas. Me decepcionó, porque yo pensaba que si pudieron llevar una cámara y filmar eso, podrían haber mostrado mucho más. Aparte después lo repetían a cada rato y yo pensaba: "¿Nada más? Podrían mostrar algo más, ¿no?". Yo tenía muchas expectativas, creía que si ya habían llegado allá, dentro de unos años íbamos a estar todos en la Luna, o yendo y viniendo de acá para allá. Creo que todos pensaban así...

> Fue una cosa sorprendente, extraordinaria. No se veía nada. Se veían algunas sombras.

Los testimonios están, obviamente, atravesados por los recuerdos que en la mayor parte de los casos relacionan el acontecimiento televisivo con su historia de vida y con la situación ritual familiar en que fue vista la transmisión.[80] En este punto no difieren de los relatos citados por Spigel en Estados Unidos. Sin embargo, varios entrevistados contrastan "el acontecimiento" con el recuerdo de su repetición televisiva, que asocian a cierta decepción. No resulta improbable suponer que la construcción de la memoria de este acontecimiento esté ligado a su repetición, tanto en aquel momento como en etapas posteriores.[81]

La "construcción" del acontecimiento de la llegada del hombre a la Luna fue –como ya hemos señalado– de una planificación minuciosa, al punto de que pareció seguirse un guión tomado de un relato de ciencia ficción.[82] La existencia de relatos que habían ficcionalizado el hecho antici-

padamente le otorgaba un fondo de tópicos sobre los cuales recortar la construcción de las imágenes a transmitir. La comparación con Julio Verne fue, obviamente, el lugar común; sin embargo, también el cine había producido un repertorio de imágenes que sirvieron en la producción y que operaron en la memoria de las audiencias.[83] Es probable que esta anticipación de imágenes[84] que, por otra parte, después resultarían relativamente decepcionantes, a lo que se sumaba el "misterio" de las operaciones soviéticas y el rumor como mecanismo estructural de la Guerra fría, produjeran el horizonte sobre el cual resultó verosímil el hecho de que la llegada del hombre a la Luna no era más que un truco, una construcción televisiva pergeñada por Estados Unidos en su ofensiva espectacular.

Varias entrevistas recuerdan este rumor, aunque siempre se le adjudica a algún pariente que se considera poco informado:

> –Y me acuerdo del ignorante de Lito que decía que era todo un truco, que era un escenario y que todo lo hacían los tipos esos para ganar plata, ¡qué ignorante!
> –¿Y vos qué creías?
> –¿Cómo qué creía? Que era verdad si lo pasaban ellos directo, con esos trajes blancos, lo pasaba la televisión, entonces, ¿cómo va a ser mentira?

> Mi mamá ...cuando veía la televisión le gustaba, ¿no? imaginate, pero había una cosa que ella no creía, por ejemplo el hombre que iba a la Luna, entonces ella decía: "No, son todas mentiras", ella decía que el hombre no podía llegar a la Luna y nosotros le decíamos: "Pero mirá mamá!" y ella: "No, a mí no me van a engañar", ella pensaba que era un invento de la televisión.

La interrupción de la cotidianidad familiar a través de la construcción planificada de un acontecimiento que puede ser puesto en duda a pesar de la magnitud histórica que se le otorga, señalan un punto culminante de la progresión de la televisión en tanto técnica, lenguaje y construcción social. Se trata, por otra parte, del momento culminante del sistema de *broadcasting* a escala global: un astronauta depositando la cámara en la Luna para que toda la humanidad la vea congregada en ritual familiar. Los testimonios

insisten en señalar la coincidencia de que no sólo se trataba de la "primera vez" que el hombre pisaba la Luna, sino de la primera vez que un acontecimiento exigía ser visto por televisión. Fue la primera vez que una transmisión simultánea llegaba a prácticamente todo el mundo, la primera vez que la humanidad toda se reunía simultáneamente a ser testigo de un hecho, etc., etc. Este discurso presuponía, por supuesto, expectativas desmesuradas respecto de futuros logros espectaculares que no llegarían a cumplirse.

La llegada del hombre a la Luna significó el fin de la carrera espacial, antes que cualquier inicio, y nunca otro hecho de estas u otras características volvería a reunir a una audiencia similar. En verdad, no se trató de la primera vez, sino probablemente de la última en que la televisión pudo congregar en un ritual construido *ad hoc*. Si bien algunos espectáculos deportivos –Olimpíadas y Mundiales de fútbol– han logrado audiencias de masas que podrían compararse, no logran el aura de la unicidad que tuvo ese acontecimiento.[85] Pareciera que este acontecimiento vino a cerrar un tipo de relación del medio con sus receptores basado en una construcción identitaria. El hecho de que no se haya podido repetir un ritual de características similares indica la culminación de un ciclo, como también el inicio de otro donde el mundo ya no estaría dividido en grandes bloques y donde las audiencias tenderían a fragmentarse progresivamente. En perspectiva, podríamos decir que la conquista del espacio dio lugar a la conquista del espacio virtual y a la disolución de la audiencia de masas en pequeñas comunidades de intereses. No parece casual que ese mismo año, en Estados Unidos, se creara el primer nodo de ARPANET.

Desde la televisación del acto del Día de la Lealtad peronista en 1951 hasta la transmisión del Cordobazo, se produjo una transformación evidente en la sociedad argentina. Es difícil evaluar qué lugar ocupó la televisión en ese proceso, pero resulta sencillo, en cambio, constatar el modo en que se recolocó respecto de los demás medios de comunicación hasta conseguir la centralidad que tuvo durante el Cordobazo. El lugar protagónico de las masas en la historia política durante este período tampoco debiera ocultar que la televisión constituye su público de masas contemporáneamente. No interesa preguntarnos si los sindicalistas, estudiantes y militantes que hicieron el Cordobazo veían televisión, sino de qué modo las imágenes televisivas le otorgaron trascendencia nacional, permitieron "palpar" el tenor de la protesta, el clima de violencia, la dimensión de la represión o

convirtieron al público en partícipe de los acontecimientos. Hasta dónde volvieron próxima esa nueva expresión de las masas que abandonaban su anonimato y podían singularizarse, tener rostro, cuerpos, miradas y que, por lo tanto, ya no podían quedar atrapadas en categorías abstractas. La distancia entre los conceptos englobadores de la política –pueblo, nación, estado– y el volumen adquirido por los cuerpos televisivos comienza a volverse irreconciliable.

Las imágenes del 17 de octubre y del Cordobazo permiten comparar dos estados de la representación de esas masas. Si en el primer caso, la multitud ordenada vitorea a sus líderes en un acto planificado en todos sus detalles para exaltarlos, en el Cordobazo, se trata del enfrentamiento irreconciliable, la sorpresa y la instantaneidad. El acto peronista pretende hacer coincidir a la multitud con una nación que conoce sus objetivos y su rumbo. En el Cordobazo la única certeza es la división. Es en aquel clima de aparente certeza y convicción en el futuro de grandeza que le esperaba a la Argentina, cuando se instala la televisión. Sin embargo, los comentarios suscitados por las primeras transmisiones –plagados de exaltaciones nacionalistas– exudan insatisfacción y decepción frente a lo irreversible, en una negación constante de las condiciones reales de la instalación de Canal 7 de Buenos Aires. Y no tanto porque la instalación no fuera exitosa o porque el retraso resultara excesivo –como hemos visto no difería de lo que ocurría en el resto de América Latina– sino porque no se encuadraba en las representaciones previas acerca del lugar que debía ocupar la Argentina en el desarrollo de las tecnologías de comunicación.

La televisación del acto del 17 de octubre de 1951 fue un gesto simbólico sin ningún efecto "televisivo" sobre un público todavía inexistente. El espacio público de la plaza continuaba siendo convocante y la presencia de televisores en las casas de electrodomésticos sólo puede inducir a la curiosidad, de ninguna manera alterar las relaciones con la política. La dificultad inicial de la televisión para hacerse de un espacio en el ámbito privado expresa cierta inadecuación al contexto histórico argentino. La traslación de los valores domésticos asociados a la televisión norteamericana de esos años, no puede producirse sin fisuras en la Argentina peronista.

La transmisión televisiva del Cordobazo supone una nueva relación entre lo público y lo privado, signada por la conexión instantánea de una audiencia nacional a través de imágenes. Ya no se trata de la emisión de un

acto en la propia ciudad –en 1951 la opción se resume entre "ir a la plaza o ir a la vidriera"– sino de la difusión de un hecho por el territorio de la Nación. La importancia de la televisación de los hechos del Cordobazo está ligada a tres factores claves de la televisión de los sesenta: la *expansión territorial* que le otorga un nuevo sentido a la idea de simultaneidad; la *amplitud de la audiencia*, y la *extensión horaria* que había llegado a configurar un flujo de imágenes que, cuando era interrumpido por flashes informativos, destacaba su instantaneidad y relevancia.

La percepción de formar parte de un público de masas adquiere un sentido más acabado en el momento en que la televisión consigue cubrir el territorio nacional y pone en contacto con lo distante y anónimo que, sin embargo, forma parte de un colectivo de identificación ciudadana. De la misma manera, la instantaneidad de las imágenes adquiere la plenitud de su valor en el momento en que la televisión podía emitir en diferido toda su programación. Sobre el fondo de esas ficciones intimistas, plagadas de íconos modernizantes, o de shows brillantes y eclécticos que podían sucederse y repetirse hasta ocupar el extenso tiempo televisivo, la irrupción de la noticia inesperada –y violenta– adquiere toda su dimensión. La televisión ya no necesita emitir en vivo, pero explota una de sus características más preciadas.

El punto culminante de la expansión territorial en simultaneidad fue, sin duda, la transmisión de la llegada del hombre a la Luna que puso en cuestión la noción misma de territorialidad. No solamente toda la Tierra veía la Luna por televisión, sino que *sólo* podía verla por televisión. Las imágenes de la Tierra desde la nave espacial la convertían en un objeto distante, pequeño, asible. Nunca el concepto de público de masas conseguiría una concreción equivalente. Sin embargo, el cambio de escala que va del Cordobazo al viaje a la Luna transforma completamente la relación de la audiencia respecto de los acontecimientos. Si las calles de Córdoba adquirían una mezcla de "proximidad extraordinaria" que podía repetirse a la vuelta de la esquina y que podía ser protagonizada por la audiencia, la Luna requería de mediaciones técnicas extravagantes. El aislamiento de los trajes es la exaltación hiperbólica del volumen de los cuerpos televisivos a punto de explotar. Como los trajes brillantes y herméticos de los astronautas, la audiencia también parece a punto de estallar en ese gran ritual. La detención de la carrera espacial y el pasaje de las fronteras espaciales a los espacios

virtuales disuelve al público global en infinidad de fragmentos, grupos con estilos distintivos y tribus cambiantes. Los medios de comunicación de masas pueden pensarse como una anomalía histórica que una vez alcanzado ese punto de extensión máxima que pretende hacer coincidir el público con la población mundial, se transforman ¿irreversiblemente? en multiplicidad de fragmentos.

Notas

[1] Los fragmentos descriptos en este punto pueden verse en la *Enciclopedia visual del Siglo*, Video N° 10, "El mundo en la Luna. Del cordobazo a la mayor hazaña del hombre", Ediciones Clarín.

[2] Gonzalo Aguilar (1999: 276) reproduce un diálogo entre los militantes del ERP y un periodista televisivo en el aeropuerto de Trelew que puede verse en *Ni olvido ni perdón* (1972) de Raymundo Gleyzer donde entiende que se produce un encuentro entre dos culturas diferenciadas: "la del código televisivo y la de los militantes políticos. Mientras los militantes hacen apelaciones jurídicas e ideológicas, el periodista privilegia las apelaciones sentimentales y dramáticas". Aunque agrega que "los militantes que participaban más activamente de los medios se convertían, necesariamente, en personajes televisivos, sobre todo cuando iban a los estudios".

[3] En el capítulo 6 hemos observado este rasgo en los conductores de estilo juvenil en *La escala musical* o *El club del clan*.

[4] Mestman y Peña (2002) observan que estas imágenes televisivas fueron repetidas recurrentemente por los directores de cine político y militante de comienzos de la década del setenta y convertidas en referencia histórica y política obligada en los documentales posteriores.

[5] Transcribimos el editorial aparentemente improvisado frente a cámara: "[...] somos periodistas, pero por sobre periodistas somos ciudadanos de una gran nación, de una nación con sentido de responsabilidad americana y con una gran tradición de dignidad indiscutida, de una gran nación a la que acompaña una vez más la justicia. Por eso, señoras y señores, aunque estamos absolutamente concientes de que periodísticamente la nota de hoy tendría que haber sido el diferendo argentino-chileno, también creemos que podemos contribuir a la grandeza de nuestra nación evitando el tratamiento de un tema que pueda ahondar o producir rencores o diferencias. Señor televidente estamos totalmente convencidos de que usted opina igual que nosotros y que usted en nuestro lugar haría exactamente igual, porque usted también señor televidente, igual que todos nosotros es integrante de una gran nación. Por eso esta noche trataremos un tema totalmente diferente al diferendo argentino-chileno. Esta noche trataremos la delincuencia juvenil". Resulta, por supuesto de una ironía poco sutil el tema elegido, como si los delincuentes juveniles no fueran ciudadanos de esta gran nación. En el programa uno de los periodistas se pregunta si "los grupos

extremistas son delincuentes juveniles, jóvenes que delinquen, sí o no?" A lo cual un comisario invitado como panelista contesta que, obviamente, "Sí".

[6] Una anécdota contada por Luis Clur muestra, sin embargo, el modo en que Reporter Esso consiguió posicionarse en relación con la información política: "Onganía repitió la ceremonia de entrega de sables porque el *Reporter Esso* no había podido filmar por una falla técnica". Entrevista de los *Especiales de Volver*.

[7] Para un análisis de distintos momentos de los noticieros televisivos y de la importancia del contacto establecido por los conductores de televisión sobre la noticia misma, puede verse Verón, 1983 y 2001.

[8] Citado por Ulanovsky, Itkin y Sirvén, 1999: 275.

[9] En Ulanovsky, Itkin y Sirvén (1999) también figura esta versión aunque no se indica la contradicción con la anterior.

[10] Si bien a nivel nacional se había decretado una huelga para el 30 de mayo, los dirigentes obreros cordobeses habían decidido que la medida de fuerza tendría la modalidad de un paro con marchas y actos de protesta desde el mediodía del día 29. La represión a una asamblea de SMATA pocos días antes no sólo convirtió la huelga en una exhibición de fuerzas, sino que también sirvió como presión suficiente para que Elpidio Torre –que encabezaba el vandorismo cordobés desde la SMATA– accediera a coordinar acciones con sus adversarios gremiales, Agustín Tosco y Atilio López. El movimiento obrero cordobés estaba expresado en ese momento por esos tres sectores: el peronismo combativo dirigido por Atilio López de UTA, los gremios de izquierda liderados por Agustín Tosco, de Luz y Fuerza, y el mencionado vandorismo.

La columna central de la manifestación del día 29 partió desde el sur hacia la Plaza Vélez Sarsfield en el centro de la ciudad donde estaba convocado el acto. En su camino se fueron incorporando obreros y estudiantes desde la Ciudad Universitaria. Los obreros de Luz y Fuerza y de otros gremios públicos, encabezados por Tosco, marcharon desde Villa Revol. De manera que cuando comienza la represión de la policía, los enfrentamientos se reproducen por todo el casco céntrico de la ciudad.

[11] El diario *La Nación*, por ejemplo, describe la organización y la sistematicidad de esos ataques como prueba del accionar subversivo: "Una de las consignas de la revuelta fue 'romper pero no robar'. Y se vio así cómo algunos manifestantes que se apoderaban de objetos sacados de los negocios siniestrados fueron duramente increpados por sus compañeros. Los objetos, por cierto, no fueron retornados a sus lugares de origen sino que se los destruyó en la calle. Fue una depredación organizada". "Ola de violencia y destrucción", *La Nación*, 30 de mayo de 1969. La nota continúa así: "Depredaciones. En la intersección de la avenida Colón y Fragueiro –para mencionar algún hecho entre la profusión de casos similares que tiñeron el cielo de esa capital con las sombrías tonalidades de las columnas de humo de los incendios–, sede de la sucursal Córdoba de la empresa Xerox, la valiosa maquinaria fue sacada a la calle y quemada. Luego se hizo lo mismo en las instalaciones del local. Se produjo entonces un hecho dramático que, en cierto modo, demuestra el clima de esta jornada. Una mujer se aproximó llorando a un grupo de revoltosos que observaban cómo las llamas activadas por la combustibilidad de los elementos empleados en la decoración del negocio, ganaban el entrepiso, y les increpó: '¿Qué les hicimos nosotros? ¿Por qué todo esto?' El que aparecía como cabecilla de la célula le respondió: 'Usted particularmente nada; ustedes en conjunto, todo'".

[12] "Con pasajeros llegados en vuelo desde Córdoba", es el título de la nota.

[13] Citado por Nosiglia, 1983: 31-32.

[14] Pueden verse las declaraciones de Carlos D'Elía, Gerente de Canal 13 en: *Los especiales de Volver. La televisión*. Documental de Miguel Rodríguez Arias.

[15] Fragmento incluido en el programa antes citado.

[16] Por supuesto, las interpretaciones no son unívocas. *La Nación* tiende a ver en el Cordobazo la sistematicidad del accionar subversivo. En una nota aniversario de Rodolfo H. Terragno publicada en el diario *La Opinión* en 1971, aquél señala, en cambio: "El 29 y 30 de mayo de 1969, Córdoba protagonizó el hecho más importante de la reciente historia política argentina. Por primera vez en la Argentina se producía un estallido de violencia masiva y, al intervenir el Ejército, se registraba una fugaz guerra civil", *La Opinión*, 30 de mayo de 1971.

[17] En las notas de esos días es frecuente encontrar comentarios de este tipo: "según pudo saberse pese a lo caótico de la situación –que dificultó en especial la labor periodística– arrojó el saldo de dos muertos, alrededor de catorce heridos y numerosos detenidos..." en: "Graves hechos subversivos registráronse durante la jornada de ayer en Córdoba", *La Nación*, 30 de mayo de 1969.

[18] Ibídem, el subrayado es nuestro.

[19] "Repercusión de los sucesos en la presidencia", *La Nación*, 31 de mayo de 1969.

[20] "Ola de violencia y destrucción", *La Nación*, 30 de mayo de 1969.

[21] Ibídem.

[22] Véase: "En otro aniversario se evocó el 'cordobazo'", *La Nación*, 30 de mayo de 1973.

[23] "Dónde se desarrollaron los principales hechos del jueves", *La Nación*, 31 de mayo de 1969.

[24] *La Nación*, 1 de junio de 1969.

[25] Ver: "Vuelve la normalidad a la capital cordobesa", *La Nación*, 2 de junio de 1969.

[26] Resulta elocuente el siguiente relato publicado varios días después: "Al entrar la mañana, las calles volvieron a tener un ritmo de menor intensidad que en el común de los días, pero dio ánimo a gran cantidad de personas para salir sin reparos e incluso poblar los lugares centrales de la ciudad, con la curiosidad de ver cómo habían quedado destrozados muchos de los negocios que eran, en su mayoría, verdaderos alardes de modernos escaparates y orgullo del comercio e industria de la capital cordobesa.

La Municipalidad daba a conocer por radio y telefonía que el mercado de abasto había abierto sus puertas y mantendría su actividad hasta mediodía. El solo hecho de poder salir a la calle dio a los cordobeses la imagen –acaso apresuradamente configurada– de que ya la tranquilidad había retornado definitivamente", *La Nación*, 1 de junio de 1969.

[27] *La Nación*, el 4 de junio comenta las intervenciones del arzobispo de Córdoba, Raúl F. Primatesta: "Palabras del arzobispo. Los servicios de radio y televisión de la Universidad Nacional de Córdoba entrevistaron al arzobispo, monseñor Raúl F. Primatesta, quien aludió a los recientes acontecimientos con las siguientes palabras: 'No se trata ahora de la palabra del obispo. Simplemente transmito a mi pueblo la voluntad de Dios, que quiere positivamente una sola cosa: amaos los unos a los otros. En una reflexión más serena, ya Dios demostrará sus caminos; pero ahora sería triste, muy triste, que sobre la dura realidad

que nos ha tocado vivir caiga en el vacío este mandato de Dios, que llega así a todos y cada uno a través de un breve espacio de televisión", en: "Córdoba", *La Nación*, 4 de junio de 1969. También resulta notable que se celebrara una misa donde habló el padre Gardella, una de las caras estables de Teleonce: "Misa en esta ciudad. ... Durante el oficio religioso habló el padre Gardella para referirse a la necesidad de 'atesorarnos de amor a Dios, a la familia, para cumplir a pesar de la inmolación, de la afrenta, del olvido. Toma nuestros muertos –dijo–, nuestros heridos y nuestras pérdidas y transfórmalos en amor, en caridad, en unidad. Que sean ladrillos para construir y no hogueras para destruir. Que sean manos unidas para el esfuerzo común, no para el empujón que arroja, sino para el apoyo amoroso que sostiene'", "Un paro obrero fue postergado en Córdoba", *La Nación*, 5 de junio de 1969.

[28] "Repercusión de los sucesos en la presidencia", *La Nación*, 31 de mayo de 1969.

[29] "Recalcó que el aporte de los periodistas había sido valioso en esta ocasión y sin duda contribuirá para el esclarecimiento adecuado de los acontecimientos ocurridos, reiterando que ése era su sincero pensamiento y sin duda el del comandante del III Cuerpo de Ejército. Pidió que los periodistas fueran intérpretes ante el pueblo de Córdoba de un saludo suyo muy cordial y agregó que nada más iba a decir, pues 'no es el momento de hablar sino de hacer y reflexionar, para actuar luego con firmeza y decisión'", en: "Estuvo en Córdoba el Gral. Alejandro Lanusse", *La Nación*, 1 de junio de 1969.

[30] "Con pasajeros llegados en vuelo desde Córdoba", *La Nación*, 30 de mayo de 1969.

[31] "Para después de la crisis", editorial de *La Nación*, 1 de junio de 1969.

[32] Es la lectura que realiza Heriberto Muraro en 1974 al intentar explicar las razones de los conflictos entre el gobierno de Onganía y los empresarios de comunicaciones: "[...] la TV, debido a su valor de instantaneidad, a la búsqueda permanente de la noticia que capta una audiencia masiva, a la cual están condenados por razones de competencia los canales privados, y al hecho de que este medio debe mostrar imágenes de los acontecimientos sobre los cuales se pretende informar, se hacía entonces, y se hace todavía, realmente incompatible con un sistema que provocaba fenómenos tales como ambos 'Cordobazos', las huelgas violentas de Tucumán y una insurrección armada, urbana, cada vez más organizada y osada". Muraro, 1974: 190.

[33] La privatización de los canales realizada pocos años más tarde en medio de un enfervorizado clamor nacionalista, es una prueba de la pregnancia de esos discursos, tanto como del desconocimiento o menosprecio de los rasgos de la televisión que hemos intentado destacar.

[34] Spigel y Curtin, 1997: 52.

[35] Sin embargo, entre las publicidades de esos días, los diarios reproducían la del grabador Philips que decía "Se podrá grabar el alunizaje". Desde la perspectiva actual resulta de una gran extrañeza, ya que el audio de las transmisiones parece indisociable de las imágenes. Evidentemente no ocurría lo mismo entonces.

[36] Ver capítulo 3, particularmente las referencias al concepto de "privatización móvil" de Raymond Williams.

[37] Este "relato" se presenta también en las notas que los diarios publican esos días presentando los antecedentes del acontecimiento. Véanse por ejemplo, las notas que publica el diario *Clarín* sobre las etapas de la carrera espacial: "La Luna: desde su génesis hasta su conquista".

[38] Dayan y Katz, 1992: 30.

[39] "Conquista sin conquistadores", *Clarín*, 21 de julio de 1969.

[40] "El ingenio del hombre triunfaba. Y para ese triunfo no había banderas" señala *Clarín*, 18 de julio de 1969.

[41] "¡Hola! Aquí la Luna. El presidente Richard Nixon hablará con los astronautas de la Apolo 11 mediante emisiones de televisión directa poco después que pongan pie en la superficie lunar el lunes [...] las palabras que dirá Nixon a los pioneros de la exploración lunar serán vertidas en nombre de todo el pueblo norteamericano. El portavoz de la Casa Blanca, Ronald Zigler, indicó que ha sugerido a las cadenas de televisión que utilicen la técnica de pantalla dividida, en la que se ven al presidente Nixon en un lado y a los astronautas en el otro", *Clarín*, 19 de julio de 1969.

[42] "Homenaje a los mártires del espacio", *Clarín*, 18 de julio de 1969.

[43] La proclama de Nixon está citada en "Será feriado el lunes en EE.UU. Lo proclamó Nixon por ser el día en que los astronautas deben descender en la Luna", *Clarín*, 17 de julio de 1969.

[44] *Análisis*, N° 436, 22 al 28 de julio de 1969.

[45] La demonización de la Unión Soviética adoptó múltiples matices, pero en relación con la carrera espacial tuvieron particular importancia la crítica a la experimentación con animales (donde la "perrita Laika" había sido la estrella de esta espectacularización) y la denuncia de que los astronautas soviéticos –a diferencia de los norteamericanos que eran naturales padres de familia– ingerían grandes cantidades de drogas antes y durante el viaje. Ver: "Una 'mártir' del espacio", *Clarín*, 18 de julio de 1969.

[46] *Clarín*, 19 de julio de 1969.

[47] *Clarín*, 21 de julio de 1969.

[48] *Clarín*, 19 de julio de 1969.

[49] *Clarín*, 20 de julio de 1969. El ejemplo más notable es la yuxtaposición de dos notas en una misma página en *Clarín* del día 18 de julio de 1969 donde un titular dice "Gira en torno de la Luna la nave rusa" y otra pequeña "Visitantes extraños" donde se relata la aparición de gente con antena cerca de Cabo Cañaveral.

[50] Dayan y Katz, 1992: 45.

[51] Aún antes del alunizaje se podían conocer los menores detalles de la transmisión: "Armstrong abrirá la compuerta a las 2.12 para iniciar el descenso por la escalinata adaptada a una pata del LEM. Se detendrá en el peldaño correspondiente para abrir el compartimiento con una cámara de televisión en blanco y negro que transmitirá a la Tierra los primeros pasos en la Luna", señala *Clarín* en "Así se hará el descenso" el 20 de julio de 1969.

[52] "Primeras imágenes por TV", *Clarín*, 17 de julio de 1969.

[53] "Houston-Houston-This is tranquility sea", *Gente*, N° 209, 24 de julio de 1969.

[54] "En un momento dado, Aldrin, que hacía de guía en una 'visita' al módulo lunar, dijo: 'Esta es seguramente una de las posiciones más extrañas en que un cameraman se haya encontrado nunca: colgado de los pies y tomando la imagen al revés. [...] Esta transmisión de TV fue un verdadero 'show' espacial, tan asombroso como los anteriores, y seguramente como los que seguirán, aunque ya parece que como si la gente comenzara a considerar de rutina el poder compartir, desde sus hogares, la aventura más grande de nuestros tiempos",

"Asombroso desarrollo de los medios de comunicación", *Clarín*, 20 de julio de 1969. También: "Los astronautas debieron actuar como maestros de ceremonias y arriesgar alguna que otra broma", *Análisis*, N° 436, 22 al 28 de julio de 1969.

[55] "De la Tierra a la Luna", *Primera Plana*, Año VII, N° 343, 22 al 28 de julio de 1969: 4.

[56] Fue la cifra difundida por la agencia AP. En la Argentina, una publicidad de ICESA S.A. anunciaba que "500.001 televisores reciben nítidamente las transmisiones vía satélite" porque esa empresa había producido esa cantidad de sintonizadores hasta la fecha.

[57] "Gestiones para la transmisión del día 20", *Clarín*, 16 de julio de 1969.

[58] Comunicado de ENTEL, publicado en *Clarín*, 20 de julio de 1969, citado por Arias y Liut, 2000.

[59] "Confirmado: con la misma nitidez con que se vio anoche, seremos testigos del alunizaje el domingo", *Clarín* 18 de julio de 1969.

[60] *Panorama*, 22 de julio de 1969.

[61] Ibídem.

[62] *Clarín*, 20 de julio de 1969.

[63] El mensaje del General Onganía dice: "En esta hora memorable en que el hombre por primera vez desciende sobre el testigo de su historia, nos dirigimos al pueblo argentino compartiendo su admiración y su júbilo. La Luna en la que miles de generaciones han depositado sus sueños, sus angustias y sus alegrías, se une hoy a la Tierra con lazos de coraje, de ciencia y de técnica. Hacemos votos para que este sentimiento de confraternidad que embarga hoy a la Humanidad frente a la hazaña realizada sea perdurable y una práctica constante en el futuro", en "Un mensaje del General Onganía", *Clarín*, 21 de julio de 1969.

[64] Programa especial emitido por el canal Volver en 1996.

[65] *La Nación*, por ejemplo, señala: "Resultó de notable calidad y permitió observar con asombrosa fidelidad los detalles de los primeros movimientos de los astronautas para lograr sus objetivos, que apreciaron en sus televisores los ávidos y emocionados porteños", *La Nación*, 21 de julio de 1969.

[66] Entrevista realizada por Paula Arias y Fabiana Liut, citada en Arias y Liut, 2000: 94.

[67] Si bien no disponemos de imágenes de estudio de 1969, en el programa preparado por el canal Volver se incluyeron fragmentos de las transmisiones de la Apolo XII donde se puede ver la escenografía preparada para tal fin: un fondo de tres ventanillas que muestran el espacio con la Tierra girando rápido y otros planetas, desde la perspectiva de los astronautas. El piso tiene un dibujo de círculos superpuestos y el mobiliario consiste en dos sillas de plástico y una mesita con una maqueta del cohete. En un momento Andrés Percivalle toma un puntero para explicar una cuestión técnica que se encuentra explicada en un gráfico. Lo que va del puntero a la maqueta parece ser todo el despliegue técnico que el canal puede permitirse.

[68] *Confirmado*, 24 de julio de 1969.

[69] No hay registros en el material de la época sobre qué empresas auspiciaron en Canal 13 el alunizaje; sin embargo, cabe recordar que en ese momento, la productora asociada del canal eran la CBS y Time Life, quienes tenían los derechos de transmisión de la Misión espacial.

[70] Ibídem.
[71] Spigel, 1997: 53.
[72] Ibídem.
[73] *Gente*, Año 4, N° 209, 24 de julio de 1969.
[74] Ibídem.
[75] Ver fotos en el Anexo fotográfico.
[76] Leo Vinci (escultor) en: "Así lo vivió Buenos Aires", *Gente*, op. cit.
[77] Ibídem.
[78] Testimonio de Amelia Bence (actriz), ibídem.
[79] Ibídem.
[80] Por ejemplo: "Uuuuuy! Qué increíble que fue eso! Fue increíble. Estábamos todos, pusimos el televisor y nos sentamos alrededor de la mesa. Nos quedamos todo el tiempo viendo el televisor hasta que terminaron de transmitir. Serían las ocho o las siete. Me pareció increíble, que era imposible lo que veía. Y lo repitieron varias veces. Y yo me quedé hasta tarde porque dormía en el comedor donde estaba el televisor. Ahí tenía un sofá que compartía con mi hermana".
[81] En relación con la memoria visual de acontecimientos históricos, nos resultaron útiles las observaciones de Marita Sturken (1997) sobre Vietnam.
[82] La anticipación de la minuciosa grilla de programación vía satélite en la Argentina también puede ser interpretada como parte de la construcción de ese acontecimiento. Ver la reproducción en el Anexo fotográfico.
[83] Héctor Ciapuscio (1999) cuenta la siguiente anécdota: "Algunas películas de televisión producidas por Walt Disney habían trasladado ideas de Werhner von Braun y su equipo. Una de ellas –*Hombre en el espacio*– fue pedida por el presidente Eisenhower para verla con los jerarcas del Pentágono. Von Braun supo enseguida la importancia que tendría esa sesión de cine; en 1969 cuando el Apolo estaba por viajar a la Luna, lo llamó al productor y le dijo: 'bueno, parece que están siguiendo nuestras instrucciones'".
[84] Una anticipación espectacular es la que realiza el propio gobierno de Estados Unidos al emitir estampillas conmemorativas antes del acontecimiento. El dibujo es exactamente la misma imagen del astronauta con la bandera norteamericana que se volvería famosa a posteriori. Ver reproducción en el Anexo fotográfico.
[85] Obviamente, las misiones espaciales posteriores no pudieron comparar su repercusión. En cuanto a los acontecimientos deportivos, el Mundial de 1966 desde Inglaterra fue transmitido por Canal 2, pero las imágenes llegaban con demasiado retraso como para lograr el impacto deseado. Recién el Mundial de 1970 fue transmitido vía satélite desde México. Estos datos no hacen más que resaltar la espectacularidad de la transmisión desde la Luna: tres años antes no se podía ver en directo un Mundial de fútbol desde Europa ¡y se estaba viendo a los astronautas! Para la televisación del fútbol en la Argentina, puede verse Alabarces y Guembe, 2001.

Conclusiones

A poco de comenzar el siglo XXI, la pregunta acerca de qué era la televisión de mediados del siglo XX nos enfrenta a un objeto que impone una distancia ambigua: luminoso y oscuro a la vez, pero que ciertamente le otorga un carácter de documento histórico a las intervenciones y debates que intentaron pensar qué era la televisión entonces. Una vez concretada su factibilidad técnica, la televisión ofreció básicamente tres ejes de posibilidades: la difusión del arte, la pedagogización de las masas y la continuidad con una industria cultural de carácter nacional que había tenido un desarrollo auspicioso hasta entonces. En todos los casos, tendió a ser pensada como un instrumento sujeto al control de quien la utilizara, maleable de acuerdo a objetivos que se le fijaran desde una lógica externa. Tanto el gobierno peronista que concretó su instalación, como los artistas que tempranamente intentaron usufructuar su capacidad de llegada a un público de masas, imaginaron la televisión como un medio relativamente neutro de transmisión de contenidos prefijados. Quizá quienes decidieron tempranamente incorporarse a la producción televisiva para experimentar con sus virtudes y limitaciones técnicas, fueron los primeros en advertir que la televisión no se dejaba dominar con facilidad e imponía un lenguaje, una lógica y unas exigencias propios; razones suficientes para terminar de desilusionar a cualquier interesado.

A comienzos de los sesenta, un intelectual como Jaime Rest, aunque pudo predecir algunos efectos sociológicos de la incorporación de la televisión, continuó pensando sus posibilidades en términos de capacidad de difusión artística y de educación masiva en el arte. También los debates que colocaban el acento en un compromiso que resultaba incompatible con la participación de los intelectuales y artistas en la televisión comercial, dejaban abiertas las posibilidades que ofrecía otro tipo de institución televisiva, con los modelos de la televisión europea en el horizonte. En estos casos, la técnica no imponía un rechazo *per se*, sino en ese contexto histórico específico.

El libro de Villalba Welsh, el testimonio de Osvaldo Dragún, o las producciones de David Stivel evidencian las iniciativas de pensar la escritura y la realización televisiva desde parámetros artísticos específicos y desde un entusiasmo propio de los "primitivos" de la técnica. Sin embargo, los resultados se vieron atravesados por las limitaciones que imponía el contexto económico en el que se desarrollaba la televisión en el país: no se trataba simplemente de las limitaciones de una técnica en estado incipiente, sino de la imposibilidad de acceder a las condiciones óptimas de modernización existentes. Existía una brecha entre el desarrollo técnico conseguido y las posibilidades de acceso que el país ofrecía. El hecho de que la expansión masiva del medio coincidiera con la incorporación de capitales trasnacionales y que Canal 13 se convirtiera en el parámetro de modernización del medio durante la década del sesenta, resultan indicadores de ese desfasaje.

De allí que la televisión no pudiera concebirse como un medio "nacional". Los debates que atraviesan los procesos de industrialización de la Argentina en la década del sesenta apelaban al sintagma "industria nacional" y, paulatinamente las discusiones sobre la "cultura nacional y popular" fueron adquiriendo virulencia en medio de una politización del debate cultural entramado con la violencia que teñía la vida política en la Argentina de esos años. No parece casual que los trabajos de los intelectuales adscriptos al campo de lo "nacional popular", apenas consideraran la televisión entre sus preocupaciones. La radio, el cine o el periodismo gráfico permitían reconocer matrices propias: desde el tango hasta el costumbrismo, el sainete y el radioteatro gauchesco, la historia de la industria cultural desbordaba de ejemplos que permitían reconocer formantes nacionales entre las mixturas de la cultura de masas. Lo que estaba en juego –una vez más–, era la condición endógena o exógena de la modernización en la Argentina, particularmente de la modernización por vía de la industria cultural. En este sentido, la televisión fue percibida como uno de los principales agentes de la cultura trasnacional.[1]

La transmisión de la llegada del hombre a la Luna consigue un pico de condensación excepcional de la cultura de masas tal como se la concebía en las décadas precedentes (la aspiración de homogeneizar una audiencia total alrededor de un único objeto en forma simultánea), a partir de un tópico de la cultura mundial que ya se aproximaba. Para la historia de la televisión argentina, significa su disolución –aunque sea parcial– en la historia de las

comunicaciones globales. Partimos de la hipótesis de que la incorporación de la televisión en la Argentina suponía un punto de inflexión en la historia de los medios de comunicación ya que sus comienzos se diferenciaban de aquellos de la radio o el cine. Nuestro recorrido mostró que se trata de una transformación de las relaciones entre cultura de masas, técnica y nación donde la Argentina pasa de intentar un lugar contemporáneo en el desarrollo de las comunicaciones a través de un proceso de modernización parcial pero efectivo, a confirmar su inferioridad y dependencia técnica. El desenganche del satélite el día de la transmisión del despegue de la Apolo XI, realizado en forma unilateral por Estados Unidos, y donde la Argentina queda sin imágenes igual que Uruguay, Chile, Brasil y una parte de África, es todo un símbolo.

Las reiteradas promesas de Goar Mestre de convertir la Argentina en un polo exportador de programas de televisión, no van más allá de la espectacularidad del momento y la exaltación nacionalista de un empresario cubano que tenía capitales invertidos en canales de otros países latinoamericanos asociado sistemáticamente con las empresas norteamericanas del sector. Por otra parte, todos los testimonios señalan las dificultades técnicas y económicas como límite para la exportación de programas o participación en festivales internacionales. Calidad artística pero deficiencias técnicas, es la muletilla que se convierte en otra forma de recuperar la exaltación nacionalista del "capital humano" argentino frente a la ausencia de otros capitales. Pero esa falta de capital será determinante para el acceso a otros mercados a los que el país había llegado con la industria del libro y el cine.

Prácticamente todos los índices de crecimiento de la industria cultural habían alcanzado su pico en la década del cuarenta, de manera que la televisión se instala en el momento en que comienza el retroceso para la industria del cine, la industria editorial y del espectáculo en general. La falta de definición del estatuto comercial o público de la televisión, le impide adoptar una política de expansión comercial o una política cultural que la definiera como un servicio público en el marco del Estado. De allí que cuando se licitan los canales privados, el resultado es previsible. La comparación entre la industria editorial, el cine y la televisión confirma que la televisión, en tanto nueva tecnología de comunicación, necesitaba de mayores capitales para poder desarrollarse. No eran posibles los emprendimientos personales que consiguen hacer brillar esporádicamente a la industria editorial

porque los capitales necesarios para un emprendimiento televisivo resultaban incompatibles con ese modelo. Cualquier intento de experimentación debía quedar subsumido a las lógicas de producción de los canales existentes e inclusive, a aquellos canales con mejor infraestructura.

De allí que la distinción entre programación y empresa nacional comience a complicarse y las denuncias sobre el origen de los capitales que conformaban la industria de la cultura se convirtiera en un tópico por parte de los intelectuales, en un momento de débil diferenciación entre posiciones intelectuales y políticas. Heriberto Muraro, en *Neocapitalismo y comunicación de masas* (1974) ubica a la televisión en un contexto de profundas transformaciones económicas a nivel mundial y nacional que tienen a las empresas de comunicaciones como elemento clave. En la Argentina, a partir de la Revolución Libertadora, este proceso se habría acentuado hasta cobrar dimensiones extremas durante la década siguiente, y la televisión privada sería el mejor ejemplo para demostrarlo. Muraro, sin embargo, matiza la hipótesis de invasión trasnacional que estaba presente en otros autores en ese momento, con una crítica a la teoría de la manipulación de los medios masivos. Considera que cuando los medios consiguen manipular a sus audiencias –ya que despliega diversos ejemplos en contrario para demostrar que no siempre lo consiguen–, es porque sus intereses coinciden con los intereses reales del público. Esta confluencia no sería un efecto necesario del funcionamiento de los medios de comunicación, sino una difícil coincidencia en algunas coyunturas históricas. La relación complementaria entre la publicidad televisiva y la expansión del consumo entre la clase media urbana en la Argentina de los sesenta, forma parte de un proceso de este tipo que no se explicaría mediante la simple denostación de la estupidización del público y cuyo equilibrio no podría sostenerse en el tiempo, si esa confluencia de intereses desapareciera.

El cuestionamiento al poder unidireccional de los medios de comunicación de masas permite revisar dos procesos: por un lado, el modo en que los sujetos aceptan o rechazan los mensajes en función de sus propios intereses; pero por otro lado, desde el punto de vista de la geopolítica, existirían países emisores y países receptores de información que deben producir, en consecuencia, contrainformación, además de invertir los flujos de información existentes. Esta traslación de una hipótesis comunicacional a la geopolítica de la información cobraría forma en la década siguiente y culminaría

con el Informe McBride en 1980 donde, en nombre de los países del Tercer Mundo, se denuncia el flujo dominante de la información en un planeta cada vez más interconectado.

La coincidencia de intereses entre el mercado y la ciudadanía en determinados contextos históricos, resulta un aspecto problemático. Se trata de un proceso largamente estudiado en el fenómeno del periodismo gráfico y la industria editorial: el proceso de modernización que lleva a la confluencia de los intereses del Estado –a través de la educación pública que aseguraba la formación de ciudadanos– y del mercado –que podía producir libros, periódicos y revistas para esas masas recientemente alfabetizadas–. En la Argentina, la expansión del sistema educativo se conjuga con la llegada, a principios del siglo XX, de las diferentes corrientes migratorias que definirían el perfil social del país. Con la televisión, este proceso no podría repetirse. Si bien se instala en un momento en que la educación pública continuaba en crecimiento, ya había comenzado el retraimiento de la industria cultural. La forma en que el peronismo se apropia del acontecimiento inaugural condensa una relación entre política, masas y medios donde no se ponía en escena la formación del ciudadano, sino la importancia del contacto personal en el espacio público.

El modo en que las audiencias pueden hacer "uso" de la televisión, ha sido un tema que ha ocupado buena parte de las investigaciones sobre medios de comunicación en las últimas décadas. Aquí sólo nos interesa extraer conclusiones sobre este contexto histórico peculiar que hemos interpretado como un momento de transformación de los medios de comunicación en el país, más allá de la diferente condición de la televisión en tanto medio audiovisual respecto de la literatura y el periodismo gráfico. Las investigaciones sobre la industria cultural en la Argentina no han separado tajantemente los "usos" de la alfabetización de los procesos de producción cultural. La distancia entre la alta cultura y el consumo popular estuvo plagada de mediaciones que se vieron acentuadas por un contexto de alta movilidad social. Entre el lector de revistas de divulgación, folletines y libros baratos, y el escritor de vanguardia, podía no existir ningún diálogo, pero era posible hallar, en cambio, un sistema de relevos entre una zona y otra del campo cultural que permitía a un autodidacta formado en lecturas desordenadas convertirse en periodista y a veces también en un escritor que aportaba esa "otra" cultura como refrescante novedad.[2] La figura del "mediador cultu-

ral" ha sido de vital importancia en la cultura argentina: editores, libreros, periodistas, escritores populares, son figuras recurrentes que le otorgan una densidad peculiar al campo cultural de un país que democratizó su sistema educativo como ningún otro de América Latina en las primeras décadas del siglo, al mismo tiempo que multiplicaba su producción editorial. La distancia entre la lectura y la escritura no parecía un abismo imposible de saltar en este contexto.[3]

Nuestra pregunta es de qué manera este proceso se ve actualizado o transformado en el caso de la televisión. Hemos visto que durante los primeros años, la precariedad de producción y la falta de formación específica permitió que la movilidad de funciones fuera constante. Pasar de cameraman a director artístico, de tiracables a actor cómico, de presentadora a directora de un canal, fueron biografías relativamente habituales. Todavía no existía ese saber específicamente televisivo que recién en la década siguiente comenzaría a brindar indicios de su reproducción dentro del medio. Sin embargo, las declaraciones de Goar Mestre anunciando su rechazo a cualquier técnico formado en el Canal 7 de la década del cincuenta, imita el gesto sarmientino de implantar la modernidad a partir de la erradicación de cualquier resabio tradicional proveniente de la televisión criolla. Goar Mestre no se privó, obviamente, de incorporar a Canal 13 actores, conductores, directores e inclusive personal técnico cuando le pareció apropiado; sin embargo, el gesto fundacional es recordado por quienes trabajaron en televisión como parte de esa renovación arrolladora que modernizó completamente la pantalla televisiva y con ella, el sistema de medios integralmente. Sin embargo, los trabajos más interesantes no provenían de la imbricación con otras zonas de la cultura popular, sino de la tensión con el teatro o el cine. Los directores con formación "televisiva" como Nicolás Del Boca, Pancho Guerrero o Edgardo Borda, tomaban en préstamo los planos, las marcaciones y las ideas de David Stivel, pero parece difícil el camino inverso. Podría objetarse que no nos hemos detenido lo suficiente en algunas zonas específicamente televisivas donde se produjeron innovaciones interesantes, como puede ser el humor de Tato Bores o de Alberto Olmedo. Este último ponía en tensión constante actuación y representación de sí, incorporación de la mediación técnica como principio constructivo de la situaciones dramáticas, el sacar partido de la precariedad de producción (algo que hemos analizado en la televisión de los cincuenta). Sin embargo, quizá

se trate de una mala formulación del problema: nuestro interés sigue el proceso de disolución de esas fronteras culturales. La pregunta que nos hacemos es qué tipo de cultura ha emergido con la televisión.

La televisión de los sesenta destaca por su carácter pedagógico y su programación organizada en base a una grilla relativamente estable de géneros diferenciados. Pero una enumeración rápida de las características de esa cultura televisiva emergente también puede hacer suponer que la televisión ha puesto en escena prácticamente todos los rasgos de la vanguardia: difusión de las fronteras entre el arte y la vida, deseo de lo nuevo, creación colectiva, valoración de lo efímero, incorporación del público como parte de la institución, fueron características que la televisión parece haber llevado a los hechos con creces. La relación entre la programación que hemos analizado, y los artistas de vanguardia contemporáneos no permite augurar, sin embargo, ningún tipo de confluencia aunque cuando consideramos las declaraciones de algunos de ellos, resuenan las imágenes a las que nos hemos referido. Roberto Jacoby, por ejemplo, señala que "la vanguardia proponía una vida aumentada" y "la idea de una vida aumentada tenía que ver con la conquista de la libertad, la conquista del planeta".[4] Cuahutémoc Medina, por su parte, afirma que "Antiarte es la exigencia del repartimiento igualitario de los beneficios artísticos que cubra su esperanza de extender las fronteras del arte".[5] No son palabras muy diferentes de las que emplea la revista *Gente* para hablar de la televisación de la proeza de los astronautas. Y sin embargo, nada más distante de la vanguardia, que ocupó un lugar alternativo respecto de la cultura televisiva que se estaba consolidando.

Examinemos más detalladamente esas premisas. La televisión transforma la novedad en un tópico de su discurso: desde los jóvenes "nuevaoleros" hasta el menú "nueva ola" de Doña Petrona C. de Gandulfo. Sin embargo, simultáneamente tiende a la consolidación de géneros discursivos concebidos como esquemas fijos y estables que permiten la interpelación y el reconocimiento de un público amplio, la estabilización de una grilla de programación con horarios fijos y la continuidad de programas exitosos durante años, prácticamente sin modificaciones. *La familia Falcón* y *El amor tiene cara de mujer* permanecen siete años en pantalla; *Los sábados circulares de Mancera*, once; *Viendo a Biondi*, diez. Son programas que se institucionalizan en la pantalla a través de la repetición de la fórmula exitosa y construyen su lugar desde la ritualidad rutinaria de la vida cotidiana,[6] algo que está en las antí-

podas del deseo de lo nuevo que parecían venir a instaurar. Cualquier comparación superficial con los movimientos permanentes y acelerados que contemporáneamente se estaban produciendo entre los artistas de vanguardia, aleja toda sospecha de coincidencia.[7]

La televisión también parece valorar lo efímero: su funcionamiento se basa en esa condición y en la construcción de imágenes sobre el borramiento de las anteriores. La estabilidad de los géneros, la redundancia que, como hemos visto en el análisis de la programación, se manifiesta en todos los planos (desde la escenografía, el tratamiento de la edición de imágenes, los giros lingüísticos de los personajes populares, etc.) y la recurrencia al cliché, son todos movimientos en contrario. De allí que muchas veces se haya creído ver en ese presente permanente del discurso televisivo, una nueva versión de las culturas orales situacionales, homeostáticas y de contacto, antes que analíticas y argumentativas. Novedad, valoración de lo efímero y tendencia a la homeostasis resultan rasgos incompatibles.

Se produce, así, una tensión permanente entre la necesidad de innovación y la necesidad de reconocimiento por parte de un público amplio. Es esa necesidad de reconocimiento (no de extrañamiento, puesta en cuestión, distanciamiento, provocación o disrupción) lo que funciona como límite para la innovación. Creemos que el análisis del *Hamlet* llevado a la televisión por David Stivel pone algo de luz sobre ese proceso: lo que se lee como innovación, ensayo y experimentación en un programa que consigue un pico de *rating* espectacular, muestra cuál era el horizonte de lectura de ese momento, antes que la capacidad de innovación televisiva. Se trata de un horizonte del que participaba la modernización del mercado editorial, del periodismo gráfico, el cine, la Universidad y que la televisión confirma sobradamente en tanto goza de los efectos que esa modernización produce en su público.

El reconocimiento peculiar que alcanzara Stivel dentro del medio hasta llegar a la conformación del "Clan Stivel", que había participado de la puesta del *Hamlet* casi en su totalidad, también llama la atención sobre un aspecto central de la producción televisiva: el trabajo colectivo. El trabajo colectivo es una condición de la forma de producción de los medios de comunicación masivos donde, sin embargo, se ha llegado al reconocimiento de algunas marcas personales, por ejemplo, en el caso de los directores de cine reconocidos como "autores". La conversión de un "equipo" de produc-

ción en un "clan" fue una forma de hacer de necesidad virtud, quizá uno de los intentos más valiosos por conformar un espacio de mediación cultural dentro de la televisión.

El hecho de que la televisión argentina haya mantenido una relación más fluida con el teatro antes que con el cine no puede pasar desapercibido, sobre todo cuando comparamos este proceso con la televisión norteamericana. La convergencia entre la producción televisiva y cinematográfica estuvo ligada a la legislación y el devenir económico de las empresas que necesitaban transformarse para crecer en los nuevos tiempos. En la Argentina, el retraimiento de los estudios cinematográficos no brindaba un contexto adecuado para ese tipo de confluencia. La televisión pública ofrecía modelos interesantes de convergencia entre teatro y televisión, como en el caso de la televisión británica. Algunos ciclos de Canal 7, e inclusive las traslaciones de la programación del Teatro San Martín a la televisión de las que *Hamlet* formaba parte, pueden pensarse en el marco de ese modelo. Sin embargo, no llegaron a formar –como en el caso de la BBC– una presencia definida y estable. La opción por el camino teatral se explica por las limitaciones de producción antes que por una política positiva al respecto.

La necesidad de mayores inversiones para conseguir la vanguardia técnica en las transmisiones llevó a la televisión a apelar al reconocimiento de públicos en permanente aumento. En el cine, la innovación técnica podría rastrearse en una historia de los efectos especiales que, no casualmente, se han empleado extensamente en la ciencia ficción. En la televisión, se concretó un viejo sueño de la ciencia ficción –el viaje a la Luna–, pero también se mixturaron elementos viejos y nuevos, pintorescos y pop, como una forma de acercamiento entre públicos diversos, pero sin producir algún tipo de extrañamiento o choque mediante su encuentro. Si la incorporación del público a la programación televisiva pudiera leerse como rasgo vanguardista (el maltrato recibido por el público en los *happenings* no parecía igualar el que prodigaría Roberto Galán a quienes se atrevieran a cantar o a exponer la historia de su vida en sus programas),[8] el ritual global planificado hiperbólicamente para transmitir la conquista de la Luna, produce la distancia máxima entre transmisión y recepción que se haya conseguido hasta hoy. Pero además, confirma el modo en que los acontecimientos excepcionales cobran forma en la vida hogareña. La decepción que manifestaron las audiencias, la distancia entre las expectativas previas y las imágenes efecti-

vamente vistas ese día, recolocan el lugar de la utopía en relación con la televisión al poner nuevamente en escena la relación entre utopías técnicas, relatos de conquista y expansión de fronteras.

La memoria de las audiencias permite reconocer la decepción, pero también las múltiples maneras en que la televisión se vuelve "más grande que las utopías mismas", ya que si bien cada concreción produce una decepción sólo mensurable en función de las expectativas que había generado precedentemente, también se vuelve un elemento articulador de las identidades culturales de las audiencias formadas en ese proceso. El Capitán Piluso o Carlitos Balá podrían darle nombre a la primera generación que se "pegó" a la pantalla en la Argentina. La perspectiva de las audiencias tiende a minimizar o eliminar las contradicciones de los componentes que le dan forma a esas identidades en tanto se presentan desde "adentro". La crítica a la identidad nacional, consecuencia de procesos teñidos de autoritarismo y homogeneización de las diferencias, ha sido desarrollada en diversas oportunidades. El cuestionamiento a la imposición de una cultura norteamericanizada y la denuncia de amenaza que atentaba contra la identidad nacional, se produjeron en forma contemporánea. Sin embargo, la condición que la televisión impuso a sus audiencias para pasar a formar parte de su identidad fue "pegarse" a la pantalla. Como Guille, el personaje de Mafalda que le ofrece su chupete a la protagonista de una telenovela para que cese en su llanto, la televisión exigió a sus audiencias que se involucraran hasta las lágrimas para garantizar la calidez de su identidad sin repliegues. Como los rasgos más íntimos o la exposición más pública de las identidades, no todo lo que conforma subjetividades puede ser valorado positivamente, pero cualquier cuestionamiento requiere de un arduo trabajo de análisis y distanciamiento.

El recorrido de este libro tuvo la pretensión de acercar un objeto inasible, una televisión de la que no se conservan imágenes, y alejar otro que se impone por su proximidad: las imágenes de una televisión que le dieron forma a la cultura televisiva en este país.

Notas

[1] En trabajos más recientes se pueden hallar otras interpretaciones que intentan recuperar las matrices históricas de lo popular en la televisión y encuentran la pervivencia de

rasgos del melodrama en el circo, el teatro, el radioteatro y el teleteatro. Esa lectura –muy impregnada de las interpretaciones de Jesús Martín Barbero durante la década del ochenta– no se encontraba en los textos de esa época.

[2] Beatriz Sarlo muestra cómo en las primeras décadas del siglo XX, la técnica era un ingrediente importante de esa otra cultura que los recién llegados al campo de las letras incorporaban como plus y que por ser una novedad para todos adquiría un signo democratizante, cuando no les otorgaba ventaja a los sectores populares que podían sacar partido de su "saber hacer". Horacio Quiroga y Roberto Arlt serían los casos más notables de escritores que funcionan como relevo de una zona a otra del campo cultural. Una figura como la de Alberto Migré no podría ubicarse en esa serie, no sólo por una valoración de la calidad de su escritura sino por el modo en que se posicionan respecto de lo nuevo. Migré mira estéticamente hacia el pasado.

[3] A diferencia de la lectura de Richard Hoggart (1990) sobre los usos de la alfabetización de la clase obrera en Inglaterra, donde existía una identidad de clase y un fuerte sentido de pertenencia, los sectores populares en la Argentina tuvieron como horizonte la movilidad social. Las descripciones de Hoggart sobre el conformismo de la clase obrera tienen como fondo el horizonte de pertenencia de clase; en la Argentina ese horizonte se imaginó como un techo siempre dispuesto a ser corrido. En igual sentido, el abismo que señala Michel De Certeau (1996) entre la escritura y la lectura en el caso de la cultura francesa, tampoco permite comprender algunos de los procesos de nuestra cultura, donde los sectores populares "cazaron furtivamente" –para usar la expresión de De Certeau– pero también convirtieron al "recién llegado" al campo de las letras en una figura fundamental.

[4] Entrevista publicada en *La Nación*, Suplemento Vía Libre, 21 de mayo de 1998, citada por Longoni y Mestman, 2000: 47.

[5] Citado por Longoni y Mestman, 2000: 47.

[6] Las historias de la televisión que utilizan como criterio la cronología, abonan la impresión de que se trata de un medio donde se sucede ininterrumpidamente la novedad de programas, figuras y acontecimientos. Se parecen más a una sucesión de comienzos eufóricos que a la aburrida permanencia cotidiana de esas fórmulas en su enésima reedición. De allí que entendemos justificada la elección metodológica utilizada en el capítulo 6, donde atendimos a la configuración e institucionalización de un cuerpo de imágenes, antes que a los cambios y giros anunciados por el medio y no siempre palpables en sus concretizaciones.

[7] Al respecto puede verse Giunta, 2001, pero sobre todo Longoni y Mestman, 2000, donde reconstruyen el "Itinerario del 68" que permite ver la aceleración de los cambios de posición de los artistas plásticos en ese momento, así como el modo en que los posicionamientos políticos atraviesan sus elecciones.

[8] Me refiero a *Yo me quiero casar ¿y usted?* (1971-1972), y *Si lo sabe, cante* (1973), dos programas muy populares de la etapa inmediatamente posterior, conducidos por R. Galán.

Fuentes

1. Programas

Archivo secreto
Carola y Carolina
Casino
Disparate S.A.
Doctor Cándido Pérez, Señoras
El amor tiene cara de mujer
El circo de Marrone
El club del clan (fragmentos)
El show de la alegría
El show de Violeta y Néstor
El soldado Balá
Estudio A
Felipe
La escala musical
La familia Falcón
La nena
La revista de Dringue
La Tuerca
Las Malvinas, de Raymundo Gleizer (se emitió en entregas especiales dentro de *Telenoche*)
Las recetas de Doña Petrona (se emitía dentro de *Buenas tardes, mucho gusto*)
Los trabajos de Marrone
Parlamento 13
Risas y sonrisas con Verdaguer
Señoritas alumnas
Telecómicos
Telenoche (fragmentos)
Transmisiones de partidos de fútbol (fragmentos)

2. Documentales que incluyen fragmentos de programas o programas especiales sobre la televisión, videos editados sobre la televisión

50 años de televisión, programa especial emitido por Canal Volver, 16 y 17 de octubre 2001.

Classic TV from 50's & 60's, Video Resources New York Inc.

Commercial Mania Special Edition, Highlights from the wildest commercials of the 50's and 60's, Rhino Video.

Enciclopedia visual del siglo, Clarín.

La República perdida.

La televisión, DNI, programa auspiciado por la Secretaría de Cultura de la Nación, emitido por ATC.

La televisión, programa especial emitido por Canal Volver.

Programa especial sobre Goar Mestre, emitido por Canal Volver.

3. Guiones

"Breve encuentro", de Noel Coward, traducción y adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el 15 de octubre de 1954 en el ciclo *Teatro del romance*, con anotaciones y diagramas del piso del estudio realizados por el director Edgardo Borda (lo mismo ocurre con todos los guiones de *Teatro del romance* y *Teatro del sábado*).

"Del brazo y por la calle", de Armando Moock, adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el 22 de octubre de 1954 en el ciclo *Teatro del romance.*

"Mitsu y el Teniente Azul", de Colette, traducción y adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el viernes 29 de octubre de 1954 en el ciclo de *Teatro del romance.*

"Esposa de un día", de E. Harriet Donlevy, traducción y adaptación de Wilfredo Jiménez, emitido el viernes 5 de noviembre de 1954 a las 20.35 hs. en el ciclo *Teatro del romance.*

"Sueños artificiales", de Manuel Antín, emitido el jueves 15 de enero de 1958 como parte del programa *Historias de jóvenes.*

"Un angelito cualquiera", de Claude André Puget, traducción y adaptación de María Luz Regas y Tulio Carella, emitido el 7 de marzo de 1959 a las 23.30 hs. en el ciclo *Teatro del sábado.*

"La tercera palabra", de Alejandro Casona, adaptación de Alejandro Casona, emitido en el *Ciclo teatral Alejandro Casona*, lunes 22 hs.

"Tres historias para cuatro muchachos", de Andrés Lizarraga, emitido el jueves 19 de marzo de 1959 a las 18 hs. como parte del programa *Historias de jóvenes.*

"El desierto", "Nadie", "El dolor", "Condicional", de Juan Carlos Gené, en: *Cosa juzgada*, Buenos Aires, Granica, 1970.
"Los otros", de Carlos Gorostiza.

4. Revistas

Análisis
Antena
Caras y Caretas
El Electrotécnico
Hoy en la Cultura
La Rosa Blindada
Máscara
Mundo Argentino
Mundo Técnico
Primera Plana
Radio Magazine
Radiolandia
Talía
Teatro XX
Teleastros
Tiempo de Cine
TV Guía

5. Periódicos

Clarín
Crítica
La Nación

6. Películas

Ellos nos hicieron así (1952), Mario Sofici
Buenos Aires en relieve (1953), Director técnico de relieve y fotografía en color Jorge Duclout

El crack (1959), José Martínez Suárez
Todo el año es Navidad (1959), Román Viñoly Barreto
La caída (1959), Leopoldo Torre Nilsson
Los de la mesa diez (1960), Simón Feldman
El centrofoward murió al amanecer (1961), René Mugica
El televisor (1962), Guillermo Fernández Jurado
Los jóvenes viejos (1962), Rodolfo Kuhn
Las aventuras del Capitán Piluso (1963), Francis Lauric
Pajarito Gómez (1965), Rodolfo Kuhn
La fiaca (1968), Fernando Ayala
La televisión y yo (2002), de Andrés Di Tella
Noticiero Lowe N° 27
Noticiero Panamericano N° 851
Noticiero Panamericano N° 857
Noticiero Panamericano N° 992
Sucesos Argentinos N° 498, 1948
Sucesos Argentinos N° 501, 1948
Sucesos Argentinos N° 611 "Televisión en la Argentina"
Sucesos Argentinos N° 621
Sucesos Argentinos N° 663 "Televisión", 1951
Sucesos Argentinos N° 668 "Avanza la televisión"
Sucesos Argentinos N° 906, 1956
Sucesos Argentinos N° 976-977, septiembre 1957
Sucesos Argentinos N° 1049
Sucesos Argentinos N° 1069
Sucesos de las Américas N° 299, 1950

7. Obras de teatro

De Thomas, José, *El televisor*
Dragún, Osvaldo, *Los de la mesa diez*
———, *Historias para ser contadas*
———, *La peste viene de Melos*
Talesnik, Ricardo, *La fiaca*

8. Entrevistas

8.1. Directores, actores, escritores, conductores

Realizadas por la autora:
Edgardo Borda
Osvaldo Dragún
Esther González
Jorge González
Carlos Gorostiza
Horacio S. Meyrialle
Menchu Quesada
Jorge Rivera López
Simón Schujman

Guillermo Fernández Jurado, realizada por Manuel Barrientos y Martín Duca, en el marco de un Seminario en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Mónica Cahen D' Anvers, realizada por Paula Arias y Fabiana Liut como parte de una investigación para la realización de su Tesis de grado, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Entrevistas incluidas en *Historia de la televisión argentina contada por sus protagonistas desde 1951 hasta 1996*, de Luis Buero, Universidad de Morón, 1998.

8.2. Miembros del público televisivo del período

Realizamos tres entrevistas personalmente a dos mujeres y un hombre que contaban con 60, 65 y 39 años respectivamente en 1996. Fueron entrevistas abiertas orientadas a la reconstrucción de la relación de los entrevistados con los medios de comunicación en general y de la televisión en particular.

Contamos con un corpus inicial de 300 entrevistas, de las cuales seleccionamos 110 que contenían información sobre el tema de estudio, realizadas por alumnos de la Cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación II (Profesor Titular Aníbal Ford), de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Fueron realizadas a familiares de los alumnos o personas pertenecientes a la generación de sus padres y abuelos en 1989 y 1995 respectivamente y supervisadas por docentes de la cátedra de la cual era Jefe de Trabajos Prácticos.

Bibliografía

1. Televisión en la Argentina

Aguilar, Gonzalo (1999): "Televisión y vida privada", en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires, Taurus.

Alabarces, Pablo y Guembe, María Laura (2001): "Fútbol por TV: matrimonio por conveniencia", en: *Todo es Historia*, N° 411, octubre 2001, pp. 28- 35.

Arabito, Jorge (1994): "Un horizonte de antenas. El caso de la televisión en Olavarría", Olavarría, mimeo.

Arias, Paula y Liut, Fabiana (2000): "Los ojos del mundo", Tesina de grado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Buero, Luis (1998): *Historia de la televisión argentina contada por sus protagonistas*, Morón, Universidad de Morón.

Curubeto, Diego y Peña, Fernando Martín (2001): *Cine de súper acción. Cine clásico y de culto en la TV argentina 1961-1993*, Buenos Aires, Norma.

De Lazzari, Gastón y Gómez, Rosa (1997): "La cocina mediática. Una mirada a los programas culinarios televisivos", en: Margulis, Mario y Urresti, Marcelo, *La cultura en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural*, Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC-UBA.

Ford, Aníbal y Rivera, Jorge (1985): "Los medios de comunicación en la Argentina", en: *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa, pp. 24-45.

Ford, Aníbal (1994): *Navegaciones. Comunicación, Cultura, Crisis*, Buenos Aires, Amorrortu.

Getino, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas.* Buenos Aires, Colihue.

Horvath, Ricardo (1979): *Memorias y recuerdos de Blackie*, Buenos Aires, Colección *Todo es Historia.*

——— (1986): *La trama secreta de la radiodifusión argentina*, Buenos Aires, Unidad.

——— (1988): "La televisión en la Argentina: de la historia y la historieta", en: *Todo es Historia*, N° 258, diciembre, pp. 6-24.

La Ferla, Jorge (1995): "Su ojo en la noticia. Entrevista a Luis Clur", en: *El Amante*, Buenos Aires, Año 4, N°41, julio, pp. 35-39.

Landi, Oscar (1992): *Devórame otra vez*, Buenos Aires, Planeta.

Longo Elía, Fernanda (1999): "Cartas a la televisión: memoria, biografía e identidad cultural", en: Grimson, Alejandro y Varela, Mirta, *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*, Buenos Aires, EUDEBA.

López Lacuara, Rolando (1964): *La industria de la televisión en la república Argentina*, Banco Industrial de la República Argentina, División Economía.

Mastrini, Guillermo y Abregú, Martín (1990): "Orígenes de la televisión privada argentina", Buenos Aires, mimeo.

Mastrini, Guillermo (2001): "Los orígenes de la televisión privada", en: *Todo es Historia*, Buenos Aires, Año XXXV, N° 411, pp. 18-27.

Mogliati, Sergio (1996): "La concentración silenciosa. El interior en el sistema de medios", ponencia presentada en las II Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Olavarría.

Mazziotti, Nora (1993): *Soy como de la familia. Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migré*, Buenos Aires, Sudamericana.

——— (comp.) (1993): *El espectáculo de la pasión. Las telenovelas latinoamericanas*, Buenos Aires, Colihue.

——— (1996): *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires, Paidós.

Mindez, Leonardo (2001): *Canal 7 Medio siglo perdido. La historia del Estado argentino y su estación de televisión*, Buenos Aires, Ciccus-La Crujía.

Muraro, Heriberto (1974): *Neocapitalismo y comunicación de masas*, Buenos Aires, EUDEBA.

——— (1976): "Informe sobre la televisión en la Argentina", en: *Nueva política*. México, Vol. 1, N° 3, jul-sept.

——— (1987): *Invasión cultural, economía y comunicación*, Buenos Aires, Legasa.

Nielsen, Jorge (2001): *Televisión argentina 1951/1975. La información*, Buenos Aires, El jilguero.

Noguer, Jorge (1985): *Radiodifusión en la Argentina*, Buenos Aires, Bien Común.

Pellet Lastra, Antonio (1970): *Régimen legal de radio y TV*, Buenos Aires, Abeledo Perrot.

Pesce, Víctor (1989): "El discreto encanto de *El club del clan*", en: *Cuadernos de la Comuna*, 23, Municipalidad de Puerto General San Martín.

Roig, Hebe (1995): "Un análisis comunicacional de la televisión en la escuela", en: Litwin, Edith (comp.), *Tecnología educativa. Política, historias, propuestas*, Buenos Aires, Paidós, pp. 93-121.

Romano, Eduardo (1993a): "El poder transnacional y su relativa eficiencia", en: *Voces e imágenes en la ciudad. Aproximaciones a nuestra cultura popular urbana,* Buenos Aires, Colihue, pp. 79-97.

——— (1993b): "Parodia televisiva y sobre otros géneros discursivos populares", en: *Cuadernos Hispanoamericanos,* número especial dedicado a la Argentina, Madrid, 1993.

——— (1995): "Un caso de reacomodación masmediática: el cine ante el crecimiento masivo de la televisión", mimeo.

Santos Hernando, Gregorio (1977): *Los que hicieron 25 años de TV argentina: ¿protagonistas o ilusionistas?,* Buenos Aires, Herpa.

Sarlo, Beatriz (1992): *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina,* Buenos Aires, Nueva Visión.

Silvio, Héctor (1971): *Historia de la televisión argentina,* Buenos Aires, CEAL, Colección La historia popular.

Sirvén, Pablo (1988): *Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina,* Buenos Aires, De la Flor.

——— (1996): *El Rey de la TV. Goar Mestre y la historia de la televisión,* Buenos Aires, Clarín-Aguilar.

Terrero, Patricia (1996): "La televisión y el pensamiento sobre la comunicación en Argentina", en: *Artefacto,* Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC, N° 1.

Tomassini, Elbio y Babino, Matías (1999): *Patapúfete. Vida y obra de Pepe Biondi,* Buenos Aires, Keaton.

Ulanovsky, Carlos; Itkin, Silvia y Sirvén, Pablo (1999): *Estamos en el aire. Una historia de la televisión en la Argentina,* Buenos Aires, Planeta.

Varela, Mirta (1996): "Del televisor a la televisión. La incorporación de la TV en la Argentina", en: *Causas y Azares,* N° 4, Buenos Aires, invierno.

——— (1997): "Televisión y espacio público: consumo de televisión en la ciudad", ponencia presentada en el IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Lima, octubre.

——— (1997): "De cuando la televisión era una cosa medio extraña. Testimonios sobre la primera década de la televisión en la Argentina", en: Margulis, M. y Urresti, M. (comps.), *La Cultura en la Argentina de fin de siglo. Ensayos sobre la dimensión cultural,* Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC.

——— (2001): "Radiografía de la televisión argentina", en: *Todo es Historia,* Buenos Aires, Año XXXV, N° 411, pp. 6-16.

Verón, Eliseo (1980): "Relato televisivo e imaginario social", en: *Lenguajes,* N° 4, Tierra Baldía.

Villalba Welsh, Emilio (1964): *Del arte de escribir para el cine y la televisión,* Buenos Aires, Schapire, Introducción de Jorge Luis Borges.

Walger, Silvia y Ulanovsky, Carlos (1974): *TVguía negra,* Buenos Aires, De la Flor.

2. Arte, cultura y sociedad en la Argentina: los cincuenta y los sesenta

AA.VV. (1997): *Cultura y política en los años 60*, Buenos Aires, EUDEBA.

Alvarado, Maite y Rocco-Cuzzi, Renata (1984): "*Primera Plana:* el nuevo discurso periodístico de la década del '60", en: *Punto de Vista*, VII, 22, Buenos Aires.

Altamirano, Carlos (1998): *Arturo Frondizi. Los nombres del poder*, Buenos Aires, FCE.

——— (2001): *Bajo el signo de las masas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel, Biblioteca de Pensamiento Argentino VI.

Ballent, Anahí (1999): "La 'casa para todos': grandeza y miseria de la vivienda masiva", en: Devoto, Fernando y Madero, Marta (dir.): *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*, Buenos Aires, Taurus.

Brennan, James (1994): *El Cordobazo. Las guerras obreras en Córdoba 1955-1976*, Buenos Aires, Sudamericana.

Ciria, Alberto (1983): *Política y cultura popular: la Argentina peronista 1946-1955*, Buenos Aires, De la Flor.

Costa, Eduardo y Masotta, Oscar (1967): "Sobre happenings, happening", en: Masotta, Oscar, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

Dragún, Osvaldo (1968): "Notas brevísimas y sin pretensión", en: *Obras*, Madrid, Taurus, Colección Primer Acto.

Ezcurra, Madela (1967): "La palabra happening en los medios de información masiva", en: Masotta, Oscar, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

Ferreira, Fernando (1995): *Luz, cámara... memoria. Una historia social del cine argentino*, Buenos Aires, Corregidor.

Ferrer, Aldo (1963): *La economía argentina. Las etapas de su desarrollo y problemas actuales*, México, FCE.

Getino, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Buenos Aires, Colihue.

——— (1998): *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*, Buenos Aires, Ciccus.

Gibaja, Regina (1964): *El público de arte*, Buenos Aires, Eudeba.

Giella, M.A. (1989): "Osvaldo Dragún: texto dramático y medios de producción", en: Pellettieri, Osvaldo (comp.), *Teatro argentino de los '60. Polémica, continuidad, ruptura*, Buenos Aires, Corregidor.

Gilman, Claudia (1997): "La situación del escritor latinoamericano: la voluntad de politización", en: AA.VV., *Cultura y política en los años 60*, Buenos Aires, EUDEBA.

Girbal - Blacha, Noemí (coord.) (2001): *Estado, sociedad y economía en la Argentina (1930-1997)*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.

——— (2003): *Mitos, paradojas y realidades en la Argentina peronista (1946-1955). Una interpretación de sus decisiones económicas*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.

Giunta, Andrea (1999): "Las batallas de la vanguardia: entre el peronismo y el desarrollismo", en: *Nueva historia argentina. Arte, sociedad y política*, Buenos Aires, Sudamericana.

——— (2001): *Vanguardia, internacionalismo y política. Arte argentino en los años sesenta*, Buenos Aires, Paidós.

Goldar, Ernesto (1992): *Vida cotidiana en la década del 50*, Buenos Aires, Plus Ultra.

Herrera, María José (1993): "Arte y realidad: 'La familia obrera' como ready made", en: AA.VV., *Arte y poder*, Buenos Aires, CAIA.

——— (1995): "La experimentación con los medios masivos de comunicación en el arte argentino de la década del sesenta: El 'happening para un jabalí difunto'", en: AA.VV., *El arte entre lo público y lo privado*, Buenos Aires, CAIA.

Jacoby, Roberto (1967): "Contra el happening", en: Oscar Masotta, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

King, John (1985): *El Di Tella y el desarrollo cultural argentino en la década del sesenta*, Buenos Aires, Ediciones de Arte Gaglione.

Lenarduzzi, Víctor (1998): *Itinerarios, ideas y pasiones. La Revista Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, EUDEBA.

Longoni, Ana y Mestman, Mariano (1995): "Masotta, Jacoby, Verón: Un arte de los medios de masas", en: *Causas y Azares*, Buenos Aires, N° 3.

——— (2000): *Del Di Tella a "Tucumán Arde". Vanguardia artística y política en el '68 argentino*, Buenos Aires, El cielo por asalto.

López Barros, Claudia (2000): "Notas sobre un género efímero: Happening en la década del sesenta en los medios gráficos de la Argentina", *Revista de Ciencias Sociales*, N° 41, Abril.

Masotta, Oscar, (comp.) (1967): *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

Mestman, Mariano (1993): "Aproximaciones a una experiencia de cine militante (Argentina, 1968-1973)", en: AA.VV., *Arte y poder*, Buenos Aires, CAIA.

Miguens, J.E. (1961): "Un análisis del fenómeno", en: *Sur Argentina 1930-1960*, Buenos Aires, Sur, pp. 329-353.

Nosiglia, Julio E. (1983), *El Desarrollismo*, Buenos Aires, CEAL(Colección Biblioteca Política N° 3).

Ordaz, Luis (1967): "Teatro: desde la generación intermedia a la actualidad", en: *Capítulo. La historia de la literatura argentina*, N° 52, Buenos Aires, CEAL.

——— (1992): *Aproximación a la trayectoria dramática argentina*, Ontario, Girol Books.

Pellettieri, Osvaldo (1989): *Teatro argentino de los '60. Polémica, continuidad y ruptura*, Buenos Aires, Corregidor.

——— (1997): *Una historia interrumpida. Teatro argentino moderno (1949-1976)*, Buenos Aires, Galerna.

Peña, Fernando Martín y Vallina, Carlos (2000): *El cine quema. Raymundo Gleyzer*, Buenos Aires, De la Flor.

Plotkin, Mariano (1994): *Mañana es San Perón. Propaganda, rituales políticos y educación en el régimen peronista (1946-1955)*, Buenos Aires, Ariel.

Prieto, Adolfo (1956): *Sociología del público argentino*, Buenos Aires, Leviatán.

Pujol, Sergio (2002): *La década rebelde. Los años 60 en la Argentina*, Buenos Aires, Emecé.

Rama, Ángel (1984): "El boom en perspectiva", en: Rama, Ángel (ed.), *Más allá del boom: literatura y mercado*, Buenos Aires, Folios.

Rest, Jaime (1961): "Situación del arte en la era tecnológica", en: *Revista de la Universidad de Buenos Aires*, quinta época, Año VII, N° 2, Buenos Aires, abril-junio 1961, pp. 297-338.

——— (1967): *Literatura y cultura de masas*, Buenos Aires, CEAL, Colección enciclopedia literaria.

Rivera, Jorge (1987): *La investigación en comunicación social en la Argentina*, Buenos Aires, Puntosur.

——— (1998): *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel [ed. original CEAL].

Rofman, Alejandro y Romero, Luis (1997): *Sistema socieconómico y estructura regional en la Argentina*, Buenos Aires, Amorrortu.

Romero, Luis Alberto (1990): "Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares", en: *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de Historira Social Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.

Sarlo, Beatriz (2001): *La batalla de las ideas (1943-1973)*, Buenos Aires, Ariel.

Sigal, Silvia (1991): *Intelectuales y poder en la década del sesenta*, Buenos Aires, Puntosur.

Sirvén, Pablo (1984): *Perón y los medios de comunicación (1943-1955)*, Buenos Aires, CEAL.

Steimberg, Oscar (1994): "Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela", en: *Sociedad, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales*, Universidad de Buenos Aires, N° 5, Octubre.

Terán, Oscar (1991): *Nuestros años sesenta*, Buenos Aires, Puntosur.

Vallejo, Gerardo (1984): *Un camino hacia el cine*, Buenos Aires, El Cid.

Verón, Eliseo (1967): "Un happening de los medios masivos: notas para un análisis semántico", en: Masotta, Oscar, *Happenings*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

3. Historia de la televisión

Abramson, Albert (1995): "The invention of television", en: Smith, Anthony, *Television. An International Histor,* Oxford University Press.

BBC, (1948): *Variety Programmes Policy Guide for writers and producers,* sin datos de imprenta.

Boddy, William (1995): "The Begginings of American Television", en: Smith, Anthony, *Television. An International History,* Oxford University Press.

Bogart, Leo (1958): *The age of Television. A study of viewing habits and the impact of television on American life,* Nueva York, Frederick Ungar Publishing, 1ª ed. 1956.

Caparelli, Sérgio (1982): *Televisâo e Capitalismo no Brasil,* Porto Alegre, L&PM.

Capriles, Oswaldo (1976): "Informe sobre la televisión en Venezuela", en: *Nueva política,* México, Vol. 1, Num. 3, jul-sept.

Castellón, Lucía y Araos, Carlos (1999): "La televisión en América Latina: el caso chileno", en: *Reflexiones académicas,* N° 11, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales.

Castellot de Ballin, Laura (1993): *Historia de la televisión en México,* México, Alpe.

Corner, John (1997): *Popular television in Britain. Studies in cultural history,* Londres, British Film Institute.

Currie, Tony (2000): *A concise History of British Television 1930-2000,* Devon, Kelly Publications.

Esquenazi, Rose (1993): *No túnel do tempo. Uma memória afetiva da TV brasileira,* Porto Alegre, Artes e Oficios.

Fagundes Haussen, Dóris (1997): *Rádio e política. Tempos de Vargas e Perón,* Porto Alegre, Edipucrs.

Fernández Christlieb, F. (1976): "El caso México. La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo", en: *Nueva política.* México, Vol. 1, N° 3, jul-sept.

Fisher, David y Fisher, Marshall John (1997): *Tube. The Invention of Television.* San Diego - Nueva York, Harvest Edition.

Fox, Elizabeth (1990): *Días de baile: El fracaso de la Reforma en la Televisión de América Latina,* México, FELAFACS-WACC.

Gargurevich Regal, Juan (1976): "Informe sobre la televisión en el Perú", en: *Nueva política,* México, Vol. 1, N° 3, jul-sept.

Garnham, Nicholas (1991): "La economía política de la comunicación. El caso de la televisión", en: *Telos,* N° 28, Madrid, pp. 101-108.

Graziano, Margarita (s.f.): "Dos casos de América Latina", texto preparado para "Políticas y planificación", CECSO.

Greenfield, J. (1977): *Television. The first fifty years,* Nueva York, H. Abrams Inc. Publishers.

Gubern, Roman (1965): *La televisión.* Barcelona, Bruguera.

——— (1987): "Nuevas tecnologías y viejos problemas", en *El simio informatizado,* Madrid, FUNDESCO, 1987.

Jacobs, Jason (2000): *The intimate screen. Early British Television Drama,* Oxford, Clarendon Press, Oxford Television Studies.

Lévy, Marie-Francoise (dir.) (1999): "La création des télé-clubs. L'expérience de l' Aisne", en: *La Télévision dans la République. Les années 50,* Bruxelles, Éditions Complexe.

Loredo, Joao (2000): *Era uma vez.... a televisao,* San Pablo, Alegro.

Marling, Karal Ann (1994): "Betty Crocker's Picture Book", en: *As seen on TV. Visual Culture of Everyday Life in the 1950s,* Massachusetts, Harvard University Press.

Marques de Melo, José (1988): *As telenovelas da globo. Produçao e exportaçao,* San Pablo, Summus.

Ortiz, Renato (1988): *A moderna tradiçao brasileira. Cultura Brasileira e Indústria Cultural,* San Pablo, Brasiliense.

Quincoces Quintana, Melvyn Yoel (1999): *Estudio de la TV cubana entre enero de 1959 y mayo de 1962,* Trabajo de diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

Reimão, Sandra (coord.) (1997): *Em instantes. Notas sobre a programação brasileira (1965-1995),* San Pablo, Cabral Editora Universitária.

Ritchie, Michael (1994): *Please stand by. A prehistory of television,* Woodstock-Nueva York, The Overlook Press.

Rodríguez, Abelardia (1976): "Informe sobre la televisión en Chile", en: *Nueva política.* México, Vol. 1, N° 3, jul-sept.

Santana, Joaquín (1976): "Informe sobre la televisión en Cuba", en: *Nueva Política.* Vol. 1, N° 3, julio-sept.

Sicard, Marie-Noël (1999): "L'invention d'une esthétique: le théâtre a la télévision", en: Lévy, Marie-Francoise (dir.), *La Télévision dans la République. Les années 50,* Bruxelles, Complexe.

Smith, Anthony (comp.) (1995): *Television. An International History,* Oxford University Press.

Spigel, Lynn (1990): "Television in the Family Circle: The Popular Reception of a New Medium", en: Mellecamp, Patricia, *Logics of Television.* Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press.

——— (1992): *Make Room for TV. Television and the Family Ideal in Postwar America,* Chicago y Londres, The University of Chicago Press.

Spigel, Lynn y Curtin, Michael (1997): *The revolution wasn't televised. Sixties television and social conflict,* Nueva York, Routledge.

Tichi, Cecelia (1991): *Electronic Hearth: creating an american television culture,* Nueva York, Oxford University Press.

Udelson, John (1982): *The great television race: a history of the American television industry 1925-1941,* The University of Alabama Press.
Vila-San Juan, Juan Felipe (1981): *La "trastienda" de TVE. Los primeros 25 años de televisión y los últimos 25 de política en España,* Barcelona, Plaza & Janes.

4. Teoría de la cultura y de los medios de comunicación. Culturas populares y televisión

AA.VV. (1969): *Industria cultural y sociedad de masas,* Caracas, Monte Avila.
Adorno, Theodor (1966): *Televisión y cultura de masas,* Editorial universitaria de Córdoba (edición original: *Television and the Patterns of Mass Culture,* University of California Press, 1954).
——— (1976): "La televisión como ideología", en: *Nueva Política,* México, Vol. 1, N° 3, jul- sept.
——— (1984): *Teoría estética,* Madrid, Hispamérica.
Auerbach, Erich (1975): *Mímesis. La representación de la realidad en la literatura,* México, FCE.
Bajtin, Mijail (1987): *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais,* Madrid, Alianza.
Barthes, Roland (1985): *Mitologías,* México, Siglo XXI.
Bechellonni, Giovanni (1995): *Televisione come Cultura. I media italiani tra identità e mercato,* Napoli, Liguori Editore.
Bettetini, Gianfranco (1986): *La conversación audiovisual,* Madrid, Cátedra.
Bollème, Geneviève (1986): *El pueblo por escrito. Significados culturales de lo "popular",* México, Grijalbo.
Brunner (1989): "Medios, modernidad, cultura", en: *Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad,* N° 19, Madrid, Fundesco, Set-Nov.
Brunner, José Joaquín (1988): *Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales,* Santiago de Chile, FLACSO.
Burke, Peter (1982): "Enfoques oblicuos a la historia de la cultura popular", en: Bigsby, C.W.E., *Examen de la cultura popular,* México, FCE, pp. 108-132.
——— (ed.) (1991): *New Perspectives in Historical Writing,* Cambridge, Polity Press.
——— (1995): *La cultura popular en la Europa moderna,* Madrid, Alianza.
——— (1997): *Varieties of Cultural History,* Cambridge, Polity Press.
Casetti, Francesco y Odin, Roger (1990): "De la paleo a la neo-televisión. Aproximación semio-pragmática", en: *Communications,* N° 51, traducción realizada por María R. del Coto para uso de la Cátedra de Semiótica de los Medios, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Castro de Paz, José Luis (1999): *El surgimiento del telefilme. Los años cincuenta y la crisis de Hollywood: Alfred Hitchcock y la televisión*, Barcelona, Paidós.

Chartier, Roger (1992): *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*, Barcelona, Gedisa.

Darnton, Robert (1987): *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*, México, FCE.

Dayan, Daniel y Katz, Elihu (1995): *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*, México-Barcelona, Gustavo Gili.

De Certeau, Michel (1996): *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana.

Eco, Umberto (1969): "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo", en: AA.VV., *Los efectos de las comunicaciones de masas*, Buenos Aires, Jorge Álvarez.

——— (1984): *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen [1ª ed. 1968].

——— (1988): "TV: La transparencia perdida", en: *La estrategia de la ilusión*, Buenos Aires, Lumen - De la Flor.

Ehrenberg, Alain (1995): *L'individu incertain*, Mesnil-sur-l'Estrée, Calmann-Lévy.

García Canclini, Néstor (1991): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.

——— (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.

Geertz, Clifford (1987): *La interpretación de las culturas*, México, Gedisa.

Ginzburg, Carlo (1994): *El queso y los gusanos*, Barcelona, Muchnik.

González Requena, José (1988): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Madrid, Cátedra.

Jensen, Klaus Bruhn y Jankowski, Nicholas W. (eds.) (1991): *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, Londres y Nueva York, Routledge.

Kellner, Douglas (1995): *Media Culture*, Londres, Routledge.

Kopytoff, Igor (1991): "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso", en: Appadurai, Arjun (ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, México, Grijalbo.

Levi, Giovanni (1991): "On microhistory", en: Burke, Peter (ed.), *New perspectives on Historical Writing*, Cambridge, Polity Press.

Lotman, Jurij y Uspenskij, Boris (1979): "Sobre el mecanismo semiótico de la cultura", en: Lotman, Jurij y Escuela de Tartu, *Semiótica de la cultura*, Madrid, Cátedra.

MacDonald, Dwight (1969): "Masscult y midcult", en: AA.VV., *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Ávila.

Maffesoli, Michel (1990): *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en la sociedad de masas*, Barcelona, Icaria.

Marcus, George (1995): *Design in the Fifties. When Everyonen went Modern*, Munich-Nueva York, Prestel.

Martín-Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía,* México, Gustavo Gili.

——— (1989): "Memoria e imaginario en el relato popular", en: *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista,* México, Felafacs-Gustavo Gili.

——— (1989): "De la comunicación como asunto de medios a la cultura como espacio de identidades", en: *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista,* México, FELAFACS-Gili, pp.151-170.

Marvin, Carolyn (1988): *When Old Technologies Were New. Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, Nueva York-Oxford, Oxford University Press.

Mc Luhan (1985): *La galaxia Gutemberg*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1ª ed. 1962.

Mc Luhan, Marshall y Fiore, Quentin (1969): *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos,* Buenos Aires, Paidós.

Monsiváis, Carlos (1987): "El difícil matrimonio entre Cultura y Medios Masivos", en: *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 22, Quito, Ciespal, abril-junio.

Richeri, Giuseppe (1994): *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación,* Barcelona, Bosch.

Rivera, Jorge (1994): *Postales electrónicas (Ensayos sobre Medios, Cultura y Sociedad)*, Buenos Aires, Atuel.

Rossellini, Roberto (2000): *El cine revelado*, Barcelona, Paidós.

Sarlo, Beatriz (1990): "La imaginación del futuro", en: *Punto de Vista,* Buenos Aires, Año XIII, N° 38, octubre.

——— (1994): *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina,* Buenos Aires, Ariel.

Sontag, Susan (1996): *Contra la interpretación*, Buenos Aires, Alfaguara.

Steimberg, Oscar (1993): *Semiótica de los medios masivos,* Buenos Aires, Atuel.

Strinati, Dominic (1995): *An introduction to theories of popular culture*, Londres y Nueva York, Routledge.

Vachieri, Ariana (comp.) (1992): *El medio es la TV*, Buenos Aires, La Marca.

Varela, Mirta (2002): "Medios de comunicación", en: Altamirano, Carlos (dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.

Verón, Eliseo (1980): "Relato televisivo e imaginario social", en: *Lenguajes*, N° 4, mayo.

——— (1983): "Il est La, je le vois, il me parle", en: *Communications 38*, París, Seuil.

——— (1985): *La mediatización,* Buenos Aires, Cursos y conferencias 9, Facultad de Filosofía y Letras - UBA, pp. 46-61.
——— (1987): *Construir el acontecimiento,* Buenos Aires, Gedisa.
——— (2001): *El cuerpo de las imágenes,* Buenos Aires, Norma.
Vilches (1993): *La televisión. Los efectos del bien y del mal,* Barcelona, Paidós.
Vilches, Lorenzo (1983): *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión,* Barcelona, Paidós.
Williams, Raymond (1981): *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte,* Barcelona, Paidós.
——— (1992): *Television. Technology and Cultural Form,* Hanover y Londres, Wesleyan University Press.
——— (1997): *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas,* Buenos Aires, Manantial.
Wolf, Mauro (1984): "Géneros y televisión", en: *Anàlisi,* 9, Universidad de Barcelona.
——— (1992): *Gli effetti sociali dei media,* Milán, Bompiani.
Wolton, Dominique (1992): *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión,* Barcelona, Gedisa.
Zunzunegui, S. (1992): *Pensar la imagen,* Madrid, Cátedra/Universidad del País Vasco.

5. Recepción, audiencias televisivas y consumo tecnológico

Abercrombie, Nicholas y Longhurst, Brian (1998): *Audiences. A social theory of Performance and Imagination,* Londres, Sage.
Allen, Robert C. (1987): "Reader-oriented criticism and televison", en: Allen, Robert (ed) *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism,* The University of North Carolina Press.
Ang, Ien (1989): "Wanted: Audiencies. On the politics of empirical audience studies", en: Seiter, Elen et al. (ed.). *Remote Control. Audiences and Cultural Power,* Routledge, Londres.
——— (1992): "Culture et communication. Pour une crtique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational", en *Hermès,* Nº 11-12, 1992, pp. 75-93. (Traducción al castellano en *Causas y Azares,* Nº 1, Buenos Aires, 1994, pp. 52-66).
——— (1993): *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination,* Londres y Nueva York, Routledge.
Barrios, Leoncio (1992): "Televisión, comunicación y aprendizaje en el contexto de la familia", en: Orozco, Guillermo (comp.), *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países,* México, Universidad Iberoamericana.

Bechelloni, Giovanni (1990): "¿Televisión Espectáculo o Televisión narración?", en: AA.VV., *Videoculturas de fin de siglo,* Madrid, Cátedra.

Brundson, Charlotte (1989): "Text and audience", en: Seiter, Ellen et al. (eds.) *Remote Control. Television, Audience and Cultural Power,* Londres, Routledge.

Bürger, Peter (1987): "Problemas de la investigación de la recepción", en: Mayoral, J.A. (comp.) *Estética de la recepción,* Madrid, Arco.

Campbell, Colin (1994): "The desire of the new. Its nature and social location as presented in theories of fashion and modern consumerism", en: Silverstone, R. y Hirsch, E. (eds.) *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces,* Londres, Routledge.

Cockburn, Cynthia (1992): "The circuit of technology. Gender, identity and power", en: Silverstone, R. y Hirsch, E. (eds.) *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces,* Londres, Routledge.

——— (1995): "Black & Decker versus Moulinex", en: Jackson, S. y Moores, S. (eds.) *The Politics of Domestic Consumption,* Critical Readings, Prentice Hall.

Cruz, Jon y Lewis, Justin (eds.) (1994): *Viewing, reading, listening. Audiences and Cultural Reception,* San Francisco, Westview Press.

Culler, Jonathan (1995): "En defensa de la sobreinterpretación", en: *Interpretación y sobreinterpretación,* Cambridge University Press.

Dahlgreen, Peter (1985): "The Modes of Reception: For a Hermeneutics of TV News", en: Drummond, P. y Paterson, R. (eds.) *Television in Transition.* Londres, British Film Institute.

Deem, Rosemary (1995): "Leisure and the household", en: Jackson, Stevi y Moores, Shaun, eds., *The Politics of Domestic Consumption,* Critical Readings, Prentice Hall.

Eco, Umberto (1981): *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo.* Barcelona, Lumen (1ª edición 1979).

——— (1984): *Obra abierta,* Barcelona, Planeta-Agostini, 1ª edición 1962.

——— (1992): *Los límites de la interpretación,* Barcelona, Lumen.

——— (1995): *Interpretación y sobreinterpretación,* Cambridge University Press.

Fachel Leal, Ondina (1990): "Popular Taste and Erudite Repertoire: The place and Space of Television in Brazil", en: *Cultural Studies,* vol. 4, N° 1, enero.

——— (1992): "Etnografia de Audiência: Uma Discussâo Metodológica", mimeo, Porto Alegre, jun. Trabajo presentado en el IX Seminário de Estudos Latinoamericanos: Fronteiras da Cultura.

Feuer, Jane (1987): "Genre Study and Television", en: Allen, Robert C. (ed.) *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism,* The University of North Carolina Press.

Fish, Stanley (1980): *Is there a text in this class? The Authority of Interpretive Communities,* Cambridge, Harvard University Press.

Fiske, John (1987): "British Cultural Studies and Television", en: Allen, Robert (comp.), *Channels of discourse. Television and Contemporary Criticism,* University of North Carolina Press.

——— (1991): *Television culture,* Nueva York-Londres, Routledge.

——— (1991): "Moments of television: Neither the text nor the audience", en: Seiter, Ellen et al. (ed.) *Remote control, television, audiences & cultural power,* Londres, Routledge.

Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, M. (1989): *Visiones y ambiciones del televidente. Estudios de recepción televisiva,* Chile, CENECA.

Fuenzalida, Valerio (1987): "La Influencia Cultural de la Televisión", en *Dia-logos,* Nº 17, junio, pp. 20-29.

Gray, Ann (1995): "Technology in the domestic environment", en: Jackson, Stevi y Moores, Shaun (eds.), *The Politics of Domestic Consumption,* Critical Readings, Prentice Hall.

Grimson, Alejandro y Varela, Mirta (1999): *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión,* Buenos Aires, Eudeba.

Gunter, Barry (1988): "Finding the limits of audience activity", en: Andersen, J. (ed.) *Communication Yearbook,* vol. 11, Sage, Newbury Park.

Hall, Stuart (1980): "Encoding/decoding", en: *Culture, media, language,* Londres, Hutchinson.

Hartley, John (2000): *Los usos de la televisión,* Barcelona, Paidós.

Heap, Nick; Thomas, Ray; Einon, Geoff; Mason, Robin; Mackay, Hughie, (eds.) (1985): *Information, Technology and Society,* Londres, Sage & The Open University.

Hobson, Dorothy (1995): "Housewives and the mass media", en: Jackson, Stevi y Moores, Shaun (eds.), *The Politics of Domestic Consumption,* Critical Readings, Prentice Hall.

Iser, Wolfgang (1987): *El acto de leer,* Madrid, Taurus.

Jackson, Stevi y Moores, Shaun (eds.) (1995): *The Politics of Domestic Consumption. Critical Reading,* Londres, Prentice Hall.

Jauss, Hans Robert (1981): "Estética de la recepción y comunicación literaria", en: *Punto de Vista,* Año IV, número 12, julio-octubre.

——— (1992): *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética,* Madrid, Taurus.

Kozloff, Sarah (1987): "Narrative Theory and Television", en: Allen, R. (ed.) *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism,* The University of North Carolina Press.

Lewis, Lisa (1992): *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, Londres y Nueva York, Routledge.

Lewis, Justin (1994): "The Meaning of Things: Audiences, Ambiguity, and Power", en: Cruz, Jon y Lewis, Justin (eds.) *Viewing, reading, listening. Audiences and Cultural Reception.* Boulder, San Francisco, Oxford, Westview Press.

Lindloff, Thomas (1988): "Media audiences as interpretive communities", en: Andersen, J. (ed.) *Communication Yearbook*, vol. 11, Sage, Newbury Park.

Lull, James (1988): "Constructing rituals of extension through family television viewing", en: Lull, J. *World families watch television*, California, Sage.

——— (1997): *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, Buenos Aires, Amorrortu.

MacKenzie, Donald y Wajcman, Judy (1994): *The Social Shaping of Technology*, Philadelphia, Open University Press.

Mattelart, Armand (1991): "Médiations et métissages: la revanche des cultures", en: *La communication-monde. Histoires des idées et des stratégies*, París, La découverte.

Mayoral, José Antonio (comp.) (1987): *Estética de la recepción*, Madrid, Arco.

Morley, David (1989): "Changing paradigms in audience studies", en: Seiter, Elen et al. (ed.), *Remote Control. Audiences and Cultural Power*, Routledge, Londres.

——— (1992): *Television Audiences & Cultural Studies*, Londres y Nueva York, Routledge (trad. española, Buenos Aires, Amorrortu, 1996).

Morley, David y Silverstone, Roger (1991): "Communication and Context: Etnographic perspectives on the media audience", en: Jensen, Klaus Bruhn y Jankowski, Nicholas W. (eds.) A *Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, Londres y Nueva York, Routledge (trad. española Bosch).

Murdock, Graham (1990): "La investigación crítica y las audiencias activas", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. IV, N° 10, Colima, pp. 107-118.

Murdock, Graham; Hartman, Paul y Gray, Peggy (1994): "Contextualizing home computing: resources and practices", en: Silverstone, Roger y Hirsch, Eric (eds.) *Consuming technologies. Media and Information in Domestic Spaces.* Londres y Nueva York, Routledge; y en Jackson, S. y Moores, S. (eds.) *The Politics of Domestic Consumption*, Critical Readings, Prentice Hall, 1995.

Orozco Gomez, Guillermo (1991): *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales N° 2.

——— (comp.) (1992): *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, México, Universidad Iberoamericana.

Radway, Janice (1995): "The act of reading the romance", en: Jackson, S. y Moores, S. (eds.) *The Politics of Domestic Consumption*, Critical Readings, Prentice Hall.

Rogge, Jan Ugge (1989): "The media in everyday life: Some biographical and typological aspects", en: Elen Seiter et al.(ed.): *Remote Control. Audiences and Cultural Power.* Routledge, Londres.

Rorty, Richard (1995): "El progreso del pragmatista", en: *Interpretación y sobreinterpretación,* Cambridge University Press.

Sarlo, Beatriz (1996): "Retomar el debate", en: *Punto de Vista,* N° 53, agosto, pp. 38-42.

Seiter, Elen (1987): "Semiotics and Television", en: Allen, R.C., *Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism.* The University of North Carolina Press.

Silverstone, Roger (1990): "De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla", en *Telos,* N° 22, Madrid, junio-agosto, pp. 82-87.

——— (1994): *Television and everyday life,* Londres y Nueva York, Routledge, 1994 (trad. esp. Amorrortu, 1996).

Silverstone, Roger y Hirsch, Eric (eds.) (1992): *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces,* Londres, Routledge.

Silverstone, Roger; Hirsch, Eric y Morley, David (1992): "Information and communication technologies and the moral economy of the household", en: *Consuming technologies. Media and information in Domestic Spaces,* Londres, Routledge.

Steimberg, Oscar (1988): *La recepción del género,* Buenos Aires, UNLZ, Colección investigación 1.

Uwe-Rogge, Jan (1989): "The media in everyday life: Some biographical and typological aspects", en: Seiter, Elen et al. (ed.), *Remote control. Television, audiences ans cultural power,* Londres, Routledge.

Varela, Mirta (2002): "Recepción", en: Altamirano, Carlos, *Términos críticos de Sociología de la Cultura,* Buenos Aires, Paidós.

Warning, Rainer (ed.) (1989): *Estética de la recepción,* Madrid, Visor.

Wilson, Tony (1993): *Watching television. Hermeneutics, reception and popular culture,* Cambridge, Polity Press.

5. Historia oral, memoria e imágenes

Burke, Peter (2001): *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence,* Londres, Reaktion books.

Egeter van Kuyk, Robert (1994): "Los medios audiovisuales", en: *Historia y Fuente oral,* N° 11 "Identidad y Memoria", Universitat de Barcelona.

Gaskell, Ivan (1997): "History of images", en: Burke, Peter (ed.), *New Perspectives on Historical Writing,* Cambridge, Polity Press.

Halbwachs, Maurice (1997): *La mémoire collective*, París, Albin Michel (1ª edición Presses Universitaires de France, 1950).

Joutard, Philippe (1999): *Esas voces que nos llegan del pasado*, Buenos Aires, FCE, (1ª ed. en francés 1983).

Levi, Giovanni (1991): "On microhistory", en: Burke, Peter (ed.), New perspectives on Historical Writing, Cambridge, Polity Press.

Nora, Pierre (dir.) (1992): *Les Lieux de mémoire, Les Frances*, París, Gallimard.

——— "Le retour de l'événement", en Le Goff, Jacques y Nora, Pierre (dir.) *Faire de l'histoire, Tomo I, Nouveaux problemes*, París, Gallimard, 1974.

Ricoeur, Paul (1999): *La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido*, Madrid, Arrecife.

Schwarzstein, Dora (ed.) (1991): *La historia oral*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

Sorlin, Pierre (1999): "Télévision: une autre intelligence du passé", en *Réseaux*, Nº 94, CNET / Hermès Science Publications, París.

Sturken, Marita (1997): *Tangled memories. The Vietnam War, the AIDS Epidemic and the Politics of Remembering*, Berkeley, University of California Press.

Veyrat-Masson, Isabelle (1998): "Peut-on apprendre l'Histoire à travers la télévision?", en Bourdon, Jérôme/Jost, François (dir.), *Penser la télévision. Actes du colloque de Cerisy*, Nathan/INA, París.

Desde comienzos del siglo XX, cuando todavía era un sueño o apenas un tenue experimento, se auguraba para la televisión un futuro revolucionario. El puntapié inicial llegó recién en la década del cincuenta, y en la Argentina las primeras imágenes televisivas pudieron verse en 1951. En ese año, con Juan Domingo Perón en la Presidencia, se transmitieron actos peronistas, eventos deportivos, ballets oficiales, conciertos. La precariedad dominaba el ambiente, la radio seguía siendo el medio masivo por naturaleza, y recién los primeros televisores, a precios exorbitantes, aparecían reflejados en las publicidades. Ver televisión en ese entonces era una actividad colectiva: varios elegidos se reunían en la casa del agraciado que poseía ese milagro.

Muy rápidamente ese panorama fue cambiando. Los aparatos ingresaron a los hogares, los programas mejoraron la calidad y paso a paso la televisión empezó a develar su destino: cambiar para siempre la relación de las personas con los medios de comunicación. En ese tránsito, fue construyendo su identidad y como no podía ser de otra manera lo hizo interactuando con lenguajes preexistentes: el teatro, la radio, la literatura, la pintura. A la par que se perfilaba como el medio masivo por excelencia, era todavía un campo de experimentación, y aunque hoy parezca osado decirlo, con espacio para ciertos emprendimientos vanguardistas.

En *La televisión criolla*, Mirta Varela analiza de manera reveladora las dos décadas clave de la TV argentina: la del cincuenta y la del sesenta, es decir desde la primera transmisión hasta 1969, cuando se televisan la llegada del hombre a la Luna y el Cordobazo. Veinte años de transformación vertiginosa, donde cambiaron los hábitos de los argentinos, se redefinió el uso del tiempo libre y el concepto de entretenimiento, y se consolidó una inédita relación con la ciencia y la técnica, toda vez que el dominio de este nuevo medio exigía capacidades tecnológicas de primer nivel. Y surgieron las primeras estrellas de la televisión: actores y periodistas, hijos del nuevo medio, que forjaron su lenguaje con él y que en este libro son descubiertos en la intimidad de su trabajo, ahí donde se cruzan lo artesanal y lo técnico.

ISBN 950-9009-41-5

9 789509 009417

edhasa